



Una mirada al futuro

Con la celebración del III Encuentro Frutado Intenso, las jornadas “Cómo entiende el consumidor la calidad del aceite de oliva” y “Rentabilidad y Futuro en el Olivar”, la D.O.Estepa y sus entidades asociadas han realizado un profundo análisis de la actual situación del sector

**Tres nuevas
estrellas brillan
en la galaxia Pieralisi.**

**Trabajan sin adición
de agua.**



NUEVAS CENTRÍFUGAS VERTICALES PIERALISI
A mayor ahorro, mayor beneficio

Avanzadas tecnológicamente, más ecológicas y muy rentables.

PIERALISI, en su continua política de investigación, diseño y fabricación de nuevos productos, ha conseguido con sus nuevas centrífugas verticales la **eliminación del agua de proceso en la limpieza del aceite**, un gran paso adelante, encaminado al ahorro y a la rentabilidad respetando escrupulosamente el Medio Ambiente.

PIERALISI
ESPAÑA S.L.

FÁBRICA: Burtina, 10 (Pol. PLAZA), 50197 ZARAGOZA (España)
Tel. 976 46 60 20 - Fax 976 73 28 16
e-mail: comercial@pieralisi.es

DELEGACIÓN SUR: Ctra. Madrid, km. 332,6. 23009 JAÉN (España)
Tels. 953 28 40 23 - 953 28 08 66
Fax 953 28 17 15

EDITORIAL

LA INSPIRACIÓN EXISTE, PERO TIENE QUE ENCONTRARTE TRABAJANDO.
(PABLO PICASSO)

Por segundo año consecutivo la apuesta por la CALIDAD de nuestra comarca está dando sus frutos. Así tenemos que los precios del Aceite de OV Lampante se encuentran en 1.650 e/Tm y los precios medios de los Aceites de OVE se sitúan entre 2.100 e/Tm y 2.400 e/Tm. Oleoestepa, nuestra referencia, tiene un precio medio de 2.200 e/Tm. No cabe duda que estos resultados son fruto del gran esfuerzo que estamos haciendo los Agricultores y Cooperativas de la comarca en estos últimos 25 años. Por lo tanto tenemos que felicitarnos con estos resultados y seguir por esta apuesta por la Calidad.

Queremos felicitar a los 4 premiados en la III edición del "Encuentro Frutado Intenso". En el apartado Honorífico, D. Ildefonso Orihuela, con toda una vida al frente del Molino de la Cooperativa de Pedrera, en el reconocimiento Científico el premio D. Hipólito García, ilustre investigador y gran precursor del Panel Test, en el Medio de Comunicación la "Revista Agricultura", decana de la prensa agraria española con su Director D. Cristóbal de la Puerta al frente y, finalmente, en la Trayectoria Profesional a D. Francisco Sensat, gran embajador de los aceites españoles por el mundo. Igualmente queremos agradecer la labor de Justo Zambrana y su especial colaboración para poder contar en dicho acto con la presencia del Secretario de Estado de Medio Rural y Marino D. Josep Puxeu, al que agradecemos su presencia y la conferencia magistral sobre el futuro de la PAC.

Agradecer también a las Revistas Óleo y Agricultura la organización de sendas jornadas que, bajo los títulos "Como entiende el consumidor la calidad en el aceite de oliva" y "Rentabilidad y Futuro en el Olivar", nos han permitido ser referencia durante unos días del sector del aceite de oliva.

No debemos perder el sentido de que todas las acciones que se vienen desarrollando y, en especial, las relativas a la calidad, están encaminadas a conseguir un mayor dividendo para nuestras explotaciones. Son años durísimos los que se aproximan, con una ya casi segura reducción de la PAC del 5 al 12%, con otros productos y regiones pidiendo un cambio del reparto de la misma, etc., argumentos que unidos a la falta de un mercado justo que permita a los olivareros mantener unos precios dignos de nuestros aceites, no nos permiten bajar la guardia.

Iniciábamos el escrito hablando de trabajo, del esfuerzo cotidiano que desde el Consejo Regulador hoy brevemente aquí comunicamos, son muchas más las acciones que venimos haciendo y que nos gustaría dar a conocer a nuestros socios olivareros de manera más directa y rápida.

Nuevos e importantes retos los que ahora en esta segunda parte del año queremos poner en marcha, acreditación, producción integrada, nuevos planes de promoción, etc., en definitiva trabajo y esfuerzo esperando esa apremiante recompensa futura.

SUMARIO



4 MERCADO

Álvaro Olavarria, Director Gerente de Oleoestepa, realiza un análisis de la situación actual del mercado del aceite de oliva virgen extra.

8 NOTICIAS

Repasamos los acontecimientos más destacados de la D.O.Estepa y las diferentes iniciativas llevadas a cabo.



27 EDITORIAL AGRÍCOLA

Editorial Agrícola trató en nuestro territorio el tema "Rentabilidad y Futuro en el olivar", jornadas que reunieron a prestigiosos profesionales



18 III ENCUENTRO FRUTADO INTENSO

Celebramos el pasado mes de mayo el III Encuentro Frutado Intenso, donde contamos con la presencia de Josep Puxeu, Secretario de Estadio de Medio Rural y Agua.

EDITA: C.R.D.O.Estepa, Pol.Ind. Sierra Sur - Edificio Centro de Empresas 41560 Estepa (Sevilla) Tel. y Fax: 955 91 26 30 email: secretaria@doestepa.es

REDACCIÓN Y MAQUETACIÓN: José Carlos Sánchez Morilla CONSEJO EDITORIAL: José M. Loring, Álvaro Olavarria y Moisés Caballero

IMPRENTA: Ingrasa S.L. DEPÓSITO LEGAL: SE-4622-05 ISSN: 1886-8266 AGRADECIMIENTOS: Álvaro Olavarria, Editorial Agrícola, Revista Óleo

FOTOGRAFÍA PORTADA: Manuel Vera y Juan Carlos González



3^a Crónica

Campaña Oleícola 2010-2011

Las salidas de aceite al mercado nacional y exterior continúan a ritmos similares a la pasada campaña. Hay que destacar que el comercio exterior, en los primeros 8 meses de campaña acumula ya un crecimiento del 14,46 %.

Con datos de la Agencia para el Aceite de Oliva, finalmente la campaña oleícola en España ha sido prácticamente igual a la pasada cosecha 1.381.537 Tm. En el cuadro nº 1 vemos el detalle de producción de Tm de aceite de oliva por provincias andaluzas, la producción total del resto de provincias españolas, las estimaciones de salidas al mercado nacional y en el comercio exterior, así como la estimación de aceites de oliva importados y su comparativo con las últimas campañas.

En la UE el balance oleícola declarado en el Comité Consultivo de Bruselas del pasado 7 de junio es el que mostramos en el cuadro nº 2. Los datos de stock inicial comparativamente altos con los correspondientes a otras campañas se debe a que la campaña oleícola comienza ahora el 1 de Octubre en lugar del 1 de noviembre.

Las salidas de aceite al mercado nacional y exterior continúan a ritmos similares a la pasada campaña. Especialmente el comercio exterior, en los primeros 8 meses de campaña, octubre a mayo, acumula un crecimiento del 14,46 %, mientras el consumo interior decrece un 1,8 %. Las salidas totales de aceite de oliva acumuladas al mercado nacional y exterior al 31 de mayo alcanzan las 909.000 Tm., con una media mensual de salidas de 113.620 Tm. frente a las 108.095 Tm. de media a mayo de 2010. Ver cuadro nº 3

Los precios en origen de las diferentes calidades de aceite de oliva, al igual que la pasada campaña, mantienen di-

	2010/2011	2009/2010	2008/2009	2007/2008	2006/2007
ALMERIA	11.859	8.130	8.360	8.664	7.050
CADIZ	7.548	7.952	7.506	6.489	7.529
CORDOBA	254.676	282.363	187.589	243.314	233.045
GRANADA	118.594	120.218	73.406	90.113	67.780
HUELVA	5.694	5.879	6.615	5.014	4.479
JAEN	586.622	568.955	433.199	495.892	504.219
MALAGA	54.105	77.935	42.632	68.332	51.014
SEVILLA	80.396	98.696	72.082	72.571	65.092
ANDALUCIA	1.119.494	1.170.128	831.389	990.389	940.208
RESTO ESPAÑA	262.043	228.707	199.000	245.598	170.206
Producción España	1.381.537	1.398.835	1.030.389	1.235.987	1.110.414
Stock inicial	303.225	205.390	324.301	222.614	210.900
Importaciones	45.000	45.900	40.600	59.700	80.500
Total disponible	1.729.762	1.650.125	1.395.290	1.518.301	1.401.814
Consumo interno	560.000	541.700	530.900	529.000	567.100
Exportación	805.000	805.200	659.000	665.000	612.100
Total salidas	1.365.000	1.346.900	1.189.900	1.194.000	1.179.200
Stock final	364.762	303.225	205.390	324.301	222.614

Cuadro 1 (En rojo cifras estimadas)

ferencias entre si importantes, que en los extremos superan los 700 €/Tm. Así los precios a finales de junio son para la calidad lampante 1.650 €/Tm., en este

precio no está aplicada ningún tipo de reversión por calidad. Los aceites de oliva virgen sus precios pueden oscilar entre 1.800 €/Tm. a 1.925 €/Tm., y por

	2010/2011 (BILÁN ESTIMÉ)					
	Stock Initial	Consommation (Pertes de Faffinage)	Export Total	Import Total	Production	Stock Final
España	420,7	590	890	30	1381	351,7
Italia	87,5	660	312	505	440	60,5
Grecia	108	230	85	5	300	98
Portugal	0,8	87,8	51,3	68,1	71,8	1,7
Francia	14,8	113,6	5,6	113,5	6	15,1
Chipre	0,1	6,5	0	0,2	6,5	0,3
Eslovenia	0,1	2,2	0	1,5	0,7	0,1
Malta	0	0,6	0	0,6	0	0
Austria	0	177,7	35,3	213	0	0
TOTAL	632,3	1868,3	1379,3	936,9	2206	527,4

Cuadro 2

CUADRO DE EXISTENCIAS DE ACEITES DE OLIVA Y SALIDAS MENSUALES CAMPAÑA 2010/2011									Salidas	
Fecha	Almazaras	PCO	Envasadora	T.Existencias	Salidas/mes	Producciones/mes		Importacion	Acumulada	Media Acumulada
oct-10	179,60	8,44	119,90	307,94	118,66	6,30		0,70	118,66	118,66
nov-10	159,00	8,30	126,90	294,20	114,64	97,50		3,40	233,29	116,65
dic-10	470,00	8,18	138,60	616,78	113,02	429,90		5,70	346,31	115,44
ene-11	839,90	42,76	169,10	1.051,76	114,92	546,20		3,70	461,24	115,31
feb-11	943,00	73,33	185,00	1.201,33	108,33	254,10		3,80	569,57	113,91
mar-11	876,70	66,65	185,00	1.128,35	119,28	43,30		3,00	688,85	114,81
abr-11	799,30	54,85	177,10	1.031,25	104,60	3,50		4,00	793,45	113,35
may-11	708,60	42,10	167,40	918,10	115,55	0,90		1,50	908,99	113,62
					Producción	1.381,70				
					Importación	25,80				
					Disponibilidades	1.827,09				

Cuadro 3

último en el caso de los aceites de oliva virgen extra la horquilla de precios es aún mayor, encontrándose precios entre 2.100 €/Tm. a 2.400 €/Tm., dependiendo de la singularidad organoléptica y destino comercial del aceite de oliva virgen extra. Hoy en Italia hay un nicho de mercado de aceites de oliva vírgenes extra etiquetados como 100% Italiano que cotiza entre 3 €/Kg y 4 €/Kg., debido a la escasez de los mismos, pues la calidad este año no ha sido especialmente buena en este país y la “necesidad” de documentar el origen del aceite como verdaderamente italiano, hacen que aceites vírgenes extra excelentes españoles o griegos puedan cotizar a 2,4 €/Kg. y son más económicos que los “genuinos” italianos.

Volviendo a España, esta situación de precios en origen entre un aceite virgen y un aceite virgen extra está provocando, analizando datos de la Asociación Nacional de envasadores ANIERAC, que se esté produciendo un aumento de las ventas de aceites de oliva virgen y una disminución de las ventas de los aceites extra. Hoy algunas ofertas de los aceites de oliva en las tiendas pasan por fijar precios “rompedores”,

prácticamente inferiores a los precios en origen para la calidad lampante. Los grandes volúmenes en las ventas de aceites de oliva se están haciendo en este tipo de promociones cada vez más frecuentes.

La razón del descenso en ventas de



En España, la diferencia de precios en origen entre un aceite virgen y un virgen extra está provocando un aumento de las ventas del virgen

vírgenes extras, además de la correspondiente al diferencial de precios en origen, hay que buscarla también en la dificultad que existe para adquirir aceites de oliva virgen extra en las almazaras que cumplen química y sensorialmente con lo establecido en la norma de calidad que regula las diferentes categorías de los aceites de oliva por un lado, y por otro, a los controles rutinarios que se están llevando a cabo por las autoridades competentes en esta materia en inspeccionar la correspondencia entre el contenido y etiquetado de los aceites de oliva vírgenes y vírgenes extras.

En el comportamiento de los precios de los aceites de oliva en origen, a estas alturas ya es muy difícil que se activen los contratos de almacenamiento privado. Se ha intentado desde las organizaciones agrarias demostrar al Ministerio de Medio Ambiente, y éste a su vez al Comisario de Agricultura de la Unión Europea, que los precios en origen para la calidad lampante están por debajo de los de referencia, pero parece que la toma estadística de estos precios desde las diferentes administraciones públicas, no recogen las penalizaciones de las reversiones que se aplican por



el insecticida del olivo

eficacia completa para
el control de

- Prays
- Glifodes
- Mosca del olivo

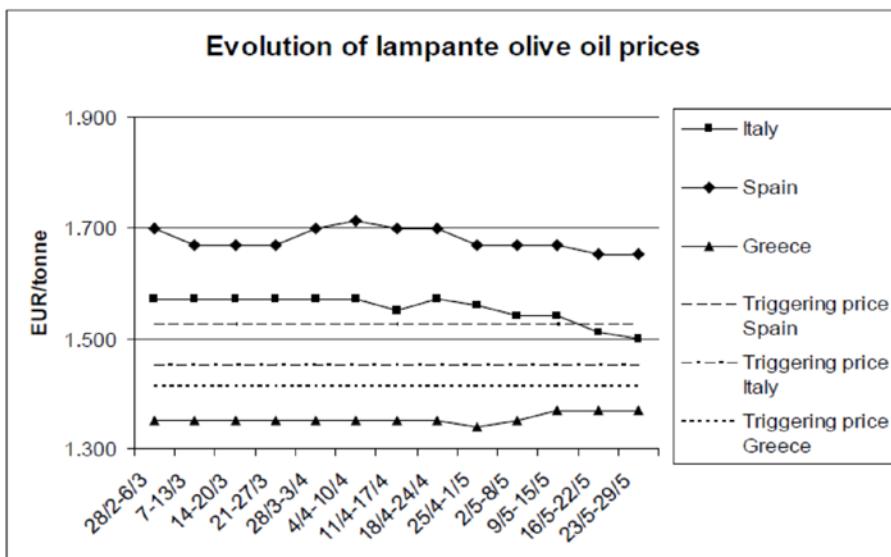


AGROQUIMAR S.L.

Polígono Industrial Sierra Sur - c/Almendra,19 41560 Estepa
Tel. 954 820 043 Fax. 955 914 606
www.agroquimar.com / agroquimar@telefonica.net



Bayer CropScience
www.bayercropscience.es



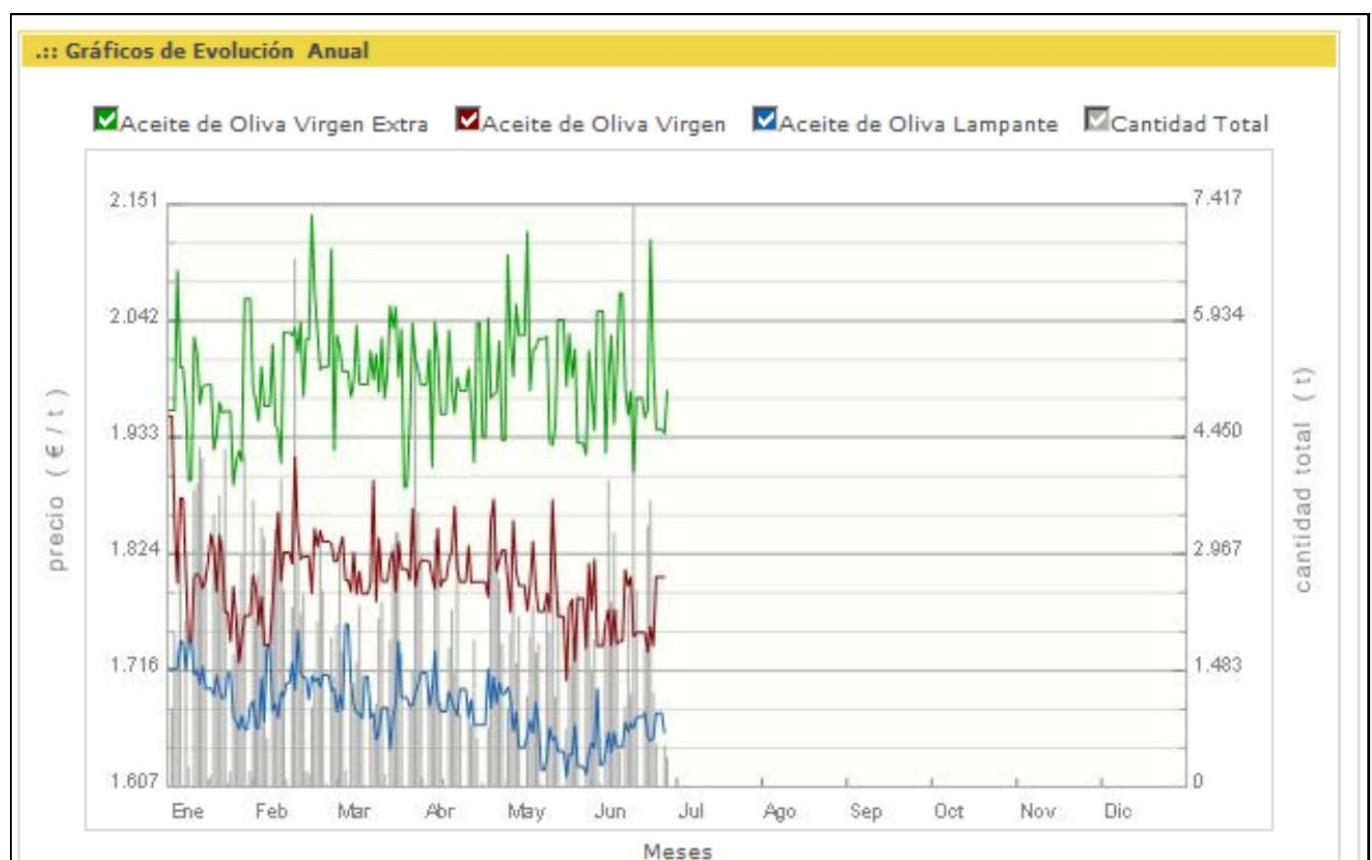
Cuadro 4

calidad a esta categoría de los aceites de oliva en el comercio, que sobre las bases habituales fijadas los devalúa aún más. En el cuadro nº 4 del Comité Consultivo en Bruselas del pasado día 7 de Junio se representan los precios del aceite lampante en los países productores de la UE y su precio de referencia para activación de los contratos de almacenamiento privado.

Como resumen, a lo largo de los últimos meses como mostramos en el cuadro nº 5 del Poolred hay cierta estabilidad en los precios en origen, aunque importantes diferencias de precios según calidades. Es poco probable que se produzcan variaciones en los actuales precios de los aceites de oliva, al menos hasta el enlace de la nueva campaña.



En el comportamiento de los precios de los aceites de oliva en origen, a estas alturas ya es muy difícil que se activen los contratos de almacenamiento privado.



Cuadro 5



Ana María Romero (Dra.Gral.de Industrias y Calidad Agroalimentaria del MARM) firmó el libro de visitas de Oleoestepa al finalizar el recorrido por las instalaciones



Oleoestepa recibió la visita de Ana María Romero (Dra.Gral. de Industrias y Calidad Agroalimentaria del MARM)

El proceso de trazabilidad y los controles de calidad implantados por Oleoestepa fueron algunos de los aspectos que Ana María Romero presenció durante su visita

Oleoestepa, entidad amparada por la Denominación de Origen Estepa, recibió el pasado mes de mayo la visita de Ana María Romero (Dra. Gral. de Industrias y Calidad Agroalimentaria del MARM), que quiso conocer personalmente el modelo ejemplar de Oleoestepa como cooperativa de 2º grado.

Los representantes de Oleoestepa mostraron a la Directora el exigente proceso de trazabilidad de los vírgenes extra de la marca, así como los diferentes controles de calidad a los que se someten antes de su envasado.

La Denominación de Origen Estepa participó en Expofoodservice 2011

Oleoestepa, como una de las marcas más premiadas del mundo, acompañó a la D.O. al evento

La Denominación de Origen Estepa, entidad que ampara uno de los mejores aceites de oliva vírgenes extra del mundo, consiguió incrementar el pasado mes de junio su presencia en el sector de la hostelería y la restauración gracias a su participación en Expofoodservice 2011.

El evento, que tuvo lugar en el Palacio de Congresos de Madrid, sirvió para que la D.O. Estepa pudiera mostrar las cualidades organolépticas de sus aceites de oliva vírgenes extra.

La D.O. Estepa, modelo a seguir

La Denominación de Origen Estepa, gracias a sus esfuerzos por promocionar el aceite de oliva virgen extra de la comarca de Estepa y Puente Genil, se ha convertido en un modelo a seguir en cuanto a la difusión de la riqueza del territorio.

Como muestra de la importante labor que está realizando la Denominación de Origen Estepa, Moisés Caballero, Secretario del Consejo Regulador, fue invitado en el mes de junio a ofrecer una conferencia para explicarle a diferentes empresarios el modelo de promoción que sigue la entidad, basado en los pilares fundamentales de la calidad y el territorio.





Estudiantes de CIOMIJAS durante una cata



Moisés Caballero atendiendo a un grupo de visitantes franceses

La Escuela del Aceite continúa imparable

El proyecto de la Denominación de Origen Estepa ha educado ya a miles de personas en materia de aceite de oliva virgen extra

La Escuela del Aceite de la Denominación de Origen Estepa ha desarrollado en los últimos meses un sinfín de actividades gracias a las que ha llevado la cultura del aceite a miles de personas.

Hemos recibido visita de grupos de diferente procedencia, especialmente franceses, a los que hemos recibido en las instalaciones de entidades asociadas para explicarles el proceso de producción y el de cata de un aceite de oliva virgen extra. Por otro lado, hemos organizado actividades como un show-cooking en la Feria de Terrasa, donde nuestros aceites protagonizaron la preparación de diferentes recetas.

Además, hemos estado en Escuelas de Hostelería como la de Jerez o Isla Antilla, y en Centros Cívicos como el de Bellavista en Sevilla, donde también hemos llevado la cultura del virgen extra.



Emilio Rodríguez durante un show-cooking en Terrasa



José Carlos Sánchez visitó la Escuela de Hostelería de Jerez para enseñar a los alumnos el proceso de cata



El Centro Cívico de Bellavista fue uno de los innumerables lugares que visitamos para hablar de la cultura del aceite de nuestra tierra



Los Aceites de Oliva Vírgenes Extras amparados por la Denominación de Origen Estepa tuvieron un especial protagonismo en Expoliva 2011

Oleoestepa, Estepa Virgen, Puricon y Hacienda Ípoca fueron los aceites de oliva vírgenes extra amparados por la Denominación de Origen Estepa que deleitaron con sus cualidades organolépticas a las miles de personas que asistieron a Expoliva 2011.

En el evento se instaló una exposición de vírgenes extra de todo el mundo, entre los que se encontraban los aceites de las marcas mencionadas. Fueron muchos los expertos que quedaron gratamente sorprendidos por el olor y el sabor de los vírgenes extras amparados por la D.O.Estepa.





Las Valdesas, entidad amparada por la D.O.Estepa, finalista en los premios de la Diputación de Córdoba

Rocío López Yerón, Co-Propietaria de la marca, fue la encargada de recoger el premio de manos de la Diputada cordobesa Pilar García

Las Valdesas, marca amparada por la Denominación de Origen Estepa, ha recibido este año un diploma de finalista en los premios entregados por la Diputación de Córdoba a la calidad de los aceites de oliva vírgenes extra de la provincia.

Las Valdesas ha obtenido el galardón de la Diputación Provincial de Córdoba con un coupage de sus diferentes variedades de aceite de oliva vírgenes extra que recuerda a manzana verde y plátano, tomate con toques a almendra tostada y que, en boca, tiene un ligero picor.

El “Sabor de Tu Tierra” se hace con el premio AEMO a la difusión de la cultura del olivo

José Mª Loring, Presidente de la D.O.Estepa, comentó que “el premio es mérito de todas las personas que aportaron sus recetas”

La Denominación de Origen Estepa fue galardonada con el Primer Premio AEMO a la “Mejor difusión de la cultura del olivo” por su libro “El sabor de tu tierra”, una obra que recoge en 30 recetas parte de la tradición gastronómica del territorio amparado por la entidad.

AEMO definió “El Sabor de Tu Tierra” como “un magnífico libro de recetas que surge de un concurso popular convocado en los municipios amparados por esta Denominación y cuyo protagonista central es el aceite de oliva virgen extra”.

Cursos de Energía

La D.O.Estepa y sus entidades asociadas, con el objetivo de seguir promoviendo el respeto al Medio Ambiente, celebraron en su territorio cursos de “Formación en Técnicas de Uso Eficiente de la Energía en la Agricultura”. Con la colaboración de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia y el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la D.O.Estepa impartió un primer ciclo de cursos que se celebran los días 18, 19 y 20 de Mayo en las localidades de Aguadulce, Estepa y Corcoya.

Entre los temas más importantes del curso se encontraban el “Ahorro de combustible en el tractor agrícola”, “Ahorro y eficiencia energética en la agricultura de regadío”.





La D.O.Estepa con la multinacional Bayer

Como parte de su proyecto “La Escuela del Aceite”, la Denominación de Origen Estepa organizó un encuentro con los trabajadores de la central que tiene la multinacional en Valencia.

La Denominación de Origen Estepa, de la mano del Bay Club puesto en marcha por la multinacional Bayer, se desplazó hasta Valencia para ofrecer una cata de aceite de oliva virgen extra a responsables de la compañía.

En esta ocasión, con motivo de las buenas relaciones existentes entre la Denominación de Origen Estepa y Bayer Cropscience, José Carlos Sánchez, Responsable de Comunicación del Consejo Regulador, ofreció una cata de aceite de oliva virgen extra a los miembros de una de las sedes más importantes de la multinacional alemana.

La D.O.Estepa premia al mejor expediente

Nuria Merlos Maidana se convirtió en la primera ganadora de la Beca otorgada por la Denominación de Origen Estepa al mejor expediente de diferentes ciclos formativos.

La D.O.Estepa, con el objetivo de impulsar la cultura gastronómica en su territorio, ha creado una beca para premiar al mejor expediente entre los alumnos de los módulos de Industria Alimentaria y Cocina del I.E.S.Aguilar y Cano. Recientemente se ha celebrado la I Edición de la Beca Gastronómica, cuya entrega tuvo lugar durante el acto de graduación de los alumnos del I.E.S.Aguilar y Cano, en el que intervino Moisés Caballero, Secretario de la Denominación de Origen Estepa, para animar a los alumnos a “continuar su formación y contribuir a la difusión de la riqueza cultural del territorio amparado por la D.O.Estepa”.



Oleoestepa recibe en sus instalaciones al ministro marroquí de agricultura

El Sr. Aziz Akhannouch quedó gratamente sorprendido por el modelo de calidad implantado en la cooperativa Oleoestepa



El Ministro marroquí de Agricultura y Pesca, Sr. Aziz Akhannouch, visitó en el mes de mayo las instalaciones del grupo cooperativo Oleoestepa S.C.A. acompañado de otras personalidades de su país en encuentro organizado por Olivo Noble Services y Olea Capital.

La visita contó con una disertación sobre la realidad del sector y el mundo cooperativo, en la cual el Ministro mostró enorme interés, especialmente por el modelo representado por Oleoestepa SCA, donde la Calidad y el territorio tienen una especial incidencia.

TRACTOSUR 2010

especialistas en



JOHN DEERE

Venta, Servicio-Taller y Recambios



ESTEPA

P.I. Sierra sur
C/ Ajonjolí, 26

Tel: 95 591 28 86
666 970 516

ECIJA

P.I. La Campiña
Avda. V. del Rey, 31

Tel: 95 483 48 05
610 072 048

Talleres J. Quirós - Concesionario Halcón



Agrícola J. Quirós
Talleres y Comercial
www.talleresquiros.com
Pol.Ind.Sierra Sur c/Ajonjolí,26
41560 Estepa Tel.: 955 912 886
666 970 516



Oleoestepa conquista premios nacionales e internacionales

Oleoestepa ha obtenido en los últimos meses importantes premios nacionales e internacionales:

TERRAOLIVO 2011: Celebrado en Israel, Oleoestepa fue la ganadora del premio “Campeón Internacional” por su aceite de oliva virgen extra Hojiblanco API. Además, conquistó una medalla Gran Prestigio Oro con su Estepa Virgen.

MARIO SOLINAS: Oleoestepa obtuvo dos reconocimientos en el concurso

organizado por el Consejo Oleícola Internacional. Los premios fueron dos diplomas finalistas en las categorías Frutado Verde Intenso y Frutado Medio, a aceites de las cooperativas Casariche y Pontanense respectivamente.

EXPOLIVA: En este concurso Oleoestepa obtuvo un accésit en la categoría Frutados Verdes Medios, gracias al Hojiblanco API producido por la cooperativa San José de Lora de Estepa.

OVIBEJA 2011: Oleoestepa y sus enti-

dades asociadas fueron las grandes triunfadoras en la I edición del Concurso Internacional Ovibeja 2011 celebrado en Portugal. El éxito de Oleoestepa fue total, ya que consiguió 3 primeros premios y dos diplomas honoríficos por la calidad de sus aceites de oliva vírgenes extra. El Hojiblanco fue de nuevo el aceite protagonista de los galardones junto al Estepa Virgen. Las entidades premiadas fueron San José de Lora de Estepa, la Inmaculada Concepción, Olivarera Pontanense, Agrícola La Roda y Ntra. Sra. de la Paz



Oleoestepa fue la gran triunfadora en Terraolivo 2011



Las cooperativas San José de Lora de Estepa, la Inmaculada Concepción, Pontanense, Agrícola La Roda y Ntra. Sra. de la Paz premiadas en Ovibeja.



Eduardo Pérez fue el encargado de recoger el premio de Expoliva a la cooperativa San José de Lora de Estepa.



El Consejo Oleícola Internacional premió a los aceites de oliva vírgenes extra de las cooperativas Casariche y Pontanense.

DE MENÚ DENOMINACIONES DE ANDALUCÍA

Gracias a su integración en el proyecto “De Menú Denominaciones de Andalucía”, los aceites de la D.O. Estepa han ganado notoriedad entre los consumidores

De Menú Denominaciones de Andalucía es un proyecto formado por los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen y/o Específicas “Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga”, “Condado de Huelva y Vinagre del Condado de Huelva”, “Espárrago de Huétor-Tájar”, “Jamón de Huelva” y “Aceite de Oliva Virgen Extra Estepa”, que se unieron para dar a conocer los productos amparados bajo el ámbito de actuación de sus Denominaciones de Origen. Son varias las acciones importantes que han llevado a cabo de manera conjunta durante el año 2011:

ALIMENTARIA LISBOA Y GOURMETS 2011

Los integrantes de “De Menú Denominaciones de Andalucía” han estado presentes en Alimentaria Lisboa y en Salón del Gourmets, dos de los eventos gastronómicos más importantes a nivel mundial. Además las denominaciones de origen acudirán de la mano a Andalucía Sabor, que se celebra en Sevilla entre el 20 y 22 de septiembre.

PATROCINIO DE PROGRAMAS DE ONDA CERO

Durante el fin de semana de El Rocío patrocinamos la emisión de los programas de Onda Cero desde la aldea de Almonte. Gracias a este patrocinio hablamos de nuestros aceites de oliva vírgenes extra con Julia Otero en el programa “Julia en la Onda”, con Isabel Gemio en “Te doy mi palabra” y Esther Eiros en “Gente Viajera”. Casi un millón de oyentes escucharon a Moisés Caballero, Secretario de la Denominación de Origen Estepa, describir las cualidades del aceite de oliva virgen extra de nuestro territorio.

Además, se ha puesto en marcha el proyecto web www.demenudenominacionesdeandalucia.es donde se pueden ver estas entrevistas y todos los contenidos del proyecto.



Ignacio Lobato, Responsable de Exportación de Oleoestepa, con Rosa Aguilar, Ministra de Medio Ambiente, Rural y Marino



Moisés Caballero, Secretario de la D.O. Estepa, entrevistado por Esther Eiros, del programa “Gente Viajera” de Onda Cero



Moisés Caballero, Secretario de la Denominación de Origen Estepa, entrevistado por Isabel gemio, del programa “Te doy mi palabra” de Onda Cero

Gracias al proyecto De Menú De-nominaciones de Andalucía hemos conseguido dar a conocer los aceites de la Denominación de Origen Estepa a millones de personas a través de participación en eventos y en radio



Cristóbal Capitán (Oleoestepa), Ana Arteaga (Hacienda Ípoca) y Ricardo Reynolds (Las Valdesas) en Gourmets 2011



El stand de la Denominación de Origen Estepa en Alimentaria Lisboa



III Encuentro Frutado Intenso

La III Edición de la gran fiesta de la Denominación de Origen Estepa contó en esta ocasión con Josep Puxeu, Secretario de Estado de Medio Rural y Agua, como invitado de excepción para ofrecer una ponencia sobre el futuro de la PAC

La D.O.Estepa celebró el pasado 6 de mayo el III Encuentro Frutado Intenso, un evento de carácter bianual creado para homenajear a los más de 4500 agricultores asociados a la entidad y reconocer a importantes personalidades que han contribuido y siguen contribuyendo de manera notable al desarrollo y promoción del olivar y el aceite de oliva virgen extra.

PRESENTACIÓN Y BIENVENIDA

Los primeros en dar la bienvenida a todos los presentes fueron los integrantes de la mesa presidencial, formada para la ocasión por Josep Puxeu, Secretario de Estado de Medio Rural y Agua, Justo Zambrana, Subsecretario del Ministerio del Interior, José M^a Loring Lasarte, Presidente de la D.O.Estepa, Antonio Pineda Mesa, Alcalde de Corcoya y José Antonio Pino, Presidente de la Cooperativa Ntra.Sra. de la Fuensanta de Corcoya.

Tras la inauguración del evento, José M^a Loring Lasarte, Presidente de la D.O.Estepa, realizó unas reflexiones sobre el sector y la situación actual de las que extraemos los siguientes fragmentos:

SITUACIÓN ACTUAL

“Los costes de producción no han parado de crecer en los últimos 25 años. El MARM, en el estudio de la Cadena de Valor y formación de precios del

aceite de oliva, nos ofrece los costes de este producto en una horquilla que va de 1.782 – 2.552 €/ kg. y de media ponderada 2,233 €/kg.(371,5 pts/kg). Los precios de intervención se redujeron en el periodo 1992/93 a 1997/98 el 11,96% pasando de 198,93 Ecuas/100 kg. (334,87 pts/kg) a 175,16 Ecuas/100 kg.(291,44 pts/kg)

Con la supresión del precio de intervención y el establecimiento del Reglamento de Almacenamiento Privado, Rgt. 2768/1998, se fija el precio de referencia por el precio de aceite de oliva lampante en 1,524 €/kg. (253,59 pts/kg). Como vemos, los precios de referencia para el aceite de oliva lampante es 253,59 pts/kg., un 31% inferior a los precios de costes y un 23,3% menos que los precios de intervención en el año 1992/93 y respecto al último precio de intervención, el de 1997/98, la bajada de precios ha sido del 12,9% de 37,85 pts/kg. de aceite.

El único aspecto positivo es que aún existe este instrumento y se puede poner en marcha el mecanismo de contrato de almacenamiento privado para las distintas categorías de aceite que son las siguientes:

A.O.V.E 1.779 Euro/tm.
A.O.V 1.710 Euro/tm.
A.O.Lamp 1.524 Euro/tm.

Estos precios son muy inferiores a los costes de producción.

Todas las ayudas se han suprimido y como compensación tenemos lo que llaman hoy pago único por explotación y no sabemos cómo se van a mantener el futuro. En estos momentos no solamente han destrozado la OCM, sino

que además no tenemos un proyecto claro y estable que ofrecer a los olivareros.

Los precios de mercado no son suficientes para que se mantengan rentables las explotaciones y, por lo tanto, el Pago Único por Explotación es fundamental para la viabilidad de las explotaciones y el mantenimiento de la producción.

Es inconcebible que, con los precios actuales del aceite lampante de 1.623 euro/tm.(270 ptas/kg.), la Comisión Europea no autorice la puesta en marcha de los contratos de almacenamiento privado, habida cuenta de la grave perturbación de mercado que se produce con estos precios. Por estos motivos algunas explotaciones de olivar están iniciando el arranque de sus olivos.

¿QUÉ PASARÁ DESPUÉS DE 2.013?

¿ La UE quiere un sector agrario fuerte? El Comisario se ha pronunciado afirmativamente, tanto en diferentes entrevistas como en su comunicación al Parlamento Europeo. Asimismo ha manifestado que desea un sector agrario fuerte que cumpla con sus objetivos de apostar por la seguridad alimentaria y conseguir unos ingresos decentes para los agricultores.

Y nosotros nos preguntamos:

- ¿Siguen siendo válidos los objetivos del tratado de Roma?

- ¿Es bueno mejorar la productividad agrícola, fomentando el progreso técnico, asegurando el desarrollo racional de la producción agrícola, así



Justo Zambana, Subsecretario del Ministerio del Interior, José Antonio Pino, Presidente de Ntra.Sra. de la Fuensanta de Cocoya, Josep Puxeu, Secretario de Estado de Medio Rural y Agua, José Mª Loring Lasarte, Presidente de la D.O.Estepa y Antonio Pineda Mesa, Alcalde de Corcoya

como el empleo?

- ¿Debemos garantizar un nivel de vida equitativo a la población agrícola?

- ¿Es necesario que los mercados sean estables?

- ¿La PAC debe garantizar la seguridad de los alimentos?

- ¿Al consumidor se le debe asegurar alimentos a precios razonables?

A estos objetivos específicos de la PAC, habría que añadir los horizontales a todas las políticas comunitarias como la protección del medio ambiente y de la salud pública.

2 PILARES PARA CONSEGUIR LOS OBJETIVOS

I. El primer pilar consta de dos instrumentos:

a. Por un lado los **Pagos únicos por explotación**. Estos pagos se han originado como consecuencia de la supresión de las ayudas a la producción, como es el caso del aceite de oliva y de las aceitunas de mesa. El sistema, frente al riesgo de una tasa plana al fijar las nuevas ayudas, debe tener en cuenta

criterios objetivos, como el ser cultivos permanentes, diferenciar los riegos de los secanos, establecer un plan de regionalización contemplando las zonas homogéneas en función de su producción que estará vinculado al nivel de empleo generado en cada explotación.

Así, en el olivar puede haber explotaciones con 1.000 kg/ha, que se ha convertido en pastos con olivos, y con producciones ganaderas, frente a otras con medias de producción de 10.000 kg./ha. Lógicamente las explotaciones con más rendimiento por hectárea tienen también más gastos y se han hecho inversiones más fuertes.

La finalidad de estas ayudas directas del Pilar I tienen como objetivo fundamental garantizar una actividad económicamente rentable, permitiendo el mantenimiento del empleo y la viabilidad de amplias zonas rurales, en las que en muchas ocasiones no existen actividades económicas alternativas, no relacionadas directa o indirectamente con la actividad agraria.

Garantizamos además de esta forma la seguridad alimentaria. La UE no puede permitirse confiar en que otras zonas del mundo le garanticen dicha seguri-

dad alimentaria.

Las ayudas agroambientales provenientes del Pilar II tendrán que sumarse a las que provienen de los Pagos Compensatorios. Estas ayudas contribuyen a remunerar otros aspectos no cubiertos por el mercado.

b. Los Mecanismos de gestión de mercados.

Uno de los objetivos primordiales de la PAC, desde sus orígenes, y que se mantiene tras el tratado de Lisboa, es la estabilidad de los Mercados Agrarios. La actual PAC no está respondiendo adecuadamente a dicho objetivo, apareciendo episodios de precios muy bajos, que pueden comprometer el futuro de determinados cultivos por circunstancias coyunturales.

Como ejemplo, en la tabla 1 podemos ver la evolución precios medios en origen de aceite de oliva. El sector del aceite de oliva es una actividad económica expuesta a riesgos de mercado, principalmente por el lado de la oferta, razones climatológicas y de vejería.

La consecuencia es una gran variabilidad de los parámetros productivos que



“Es preciso avanzar en mecanismos que mejoren el funcionamiento de la cadena alimentaria, permitiendo al sector productor participar en mayor medida del valor añadido generado a lo largo de la misma”

Evolución de Precios medios en el aceite de oliva			
Categoría	2001-2002	2005-2006	2008-2009
Virgen Extra	1,786	3,449	2,039
Aceite de Oliva Fino	1,684	3,353	1,931
Aceite Lampante	1,627	3,246	1,846

Tabla 1

se traduce en una alta volatilidad de precios y rentas, lo que se superpone a la limitada capacidad de respuesta del agricultor y al desfase entre la toma de decisiones por parte del productor y el momento de la comercialización.

La inestabilidad de precios en el sector de aceite de oliva, por las fuertes subidas vividas en el año 2005/6 y las fuerte bajadas sufridas en los dos últimos años 2008/9, 2009/10 y 2010/11 con precios de mercado inferiores a los costes de producción, tenemos que evitarlos disponiendo de mecanismos de gestión de mercados que eviten estas fluctuaciones de los precios actuando en un marco de Red de Seguridad.

Para resolver este problema los contratos de almacenamiento privado son un instrumento adecuado, adaptando los precios establecidos en estos momentos a los costes de producción actua-

les. El mecanismo tiene que ser rápido y eficaz para evitar las fluctuaciones derivadas de la especulación.

Por otra parte, el sector del olivar se ve sometido a normas restrictivas en materia laboral, medio ambiental y sanitaria, requeridas por la sociedad europea, que sin embargo no se exigen, en muchas ocasiones, al aceite de oliva procedente de terceros países.

Además, en los últimos años se está produciendo una reducción del peso de los productores en la CADENA ALIMENTARIA, fruto del proceso de concentración en el sector distribuidor, que en estos momentos está obligando a vender por debajo de costes.

Por todo ello, es preciso avanzar en mecanismos que mejoren el funcionamiento de la cadena alimentaria, permitiendo al sector productor participar en mayor medida del valor añadido

generado a lo largo de la misma. Proponemos en concreto:

- Mejorar el sistema de contratos de almacenamientos privados. Debe mejorarse el sistema actual vigente para el aceite de oliva actualizando los precios a los costes medios de producción y establecerlo también para las aceitunas de mesa, fijándose un precio de referencia en los contratos de almacenamiento mínimo de 2,1 €/k para los aceites de oliva lampantes.

- Flexibilizar y homogeneizar las normas de la competencia entre EE.MM, teniendo en cuenta las particularidades del sector agrario, de forma que se incremente el poder de negociación por parte de los productores. Esto vale para todos los cultivos. Es necesario establecer un régimen contractual, a través del cual se puedan establecer contratos tipos, que acuerden precios mínimos.

- Potenciar las Organizaciones Interprofesionales del Aceite de Oliva y de las Aceitunas de mesa, con incremento de sus competencias.

- Es necesaria la concentración de la venta en común a través de Instituciones de 2º y 3º grado como el caso de Cecasa.

- Creación de códigos de buenas prácticas comerciales y contratos estándar a nivel comunitario.

- Mayor vigilancia de las prácticas potencialmente contrarias a la competencia en lo referente a abuso de posición dominante y venta por debajo de coste de producción.

- Es necesario crear un Organismo de Control que vigile la calidad de los aceites y su adecuación a lo establecido en la etiqueta. Para ello, es necesario contar con laboratorios independientes, así como un sistema de penalizaciones disuasorio de dichas prácticas.

- Hay que crear un sistema de aseguramiento de ingresos para que las fluctuaciones de los mercados no afecten la viabilidad de las explotaciones,

compatible con la disciplina de caja verde de la OMC con el objetivo de amortiguar fluctuaciones de precios.

II. El segundo pilar es el desarrollo rural:

El segundo pilar está destinado al desarrollo rural y está cofinanciado mediante el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural y los EEMM.

Estos programas están integrados por una serie de medidas que eligen los EEMM o las regiones de acuerdo a las necesidades concretas de determinados sectores agrarios, de la conservación del medio ambiente y su medio rural en general.

a.- Para el **AUMENTO DE LA COMPETITIVIDAD** del olivar es necesario establecer medidas del Eje 1:

- Medidas de modernización de explotaciones como planes de reconversión del olivar, instalaciones de riego fomentando la nueva olivicultura que permita mantener la población en un territorio.

- Asimismo, debe servir para fomentar la vertebración del sector productor en estructuras comerciales y de industrialización y acercamiento al consumidor de sus producciones, incorporando valor añadido de estas actividades a la renta de los productores, mediante ayudas a las organizaciones con exigencia de tamaño mínimo suficiente y compromiso de comercialización de sus producciones.

- Programas de formación, promoción e incorporación de jóvenes que favorezcan la innovación.

- Fomento de la calidad y diferenciación de los aceites de oliva mejorando la cultura del olivar potenciando las Denominaciones de Origen.

b.- Para la **MEJORA DEL MEDIO AMBIENTE** es necesario el mantenimiento de las ayudas incluidas en el EJE 2, tal como expusimos en el Primer Pilar.

Tras finalizar su intervención, José M^a Loring dio paso a Josep Puxeu, Secretario de Estado de Medio Rural y Agua,

encargado de dar la conferencia “La PAC a debate” donde trató un tema de especial relevancia para el futuro del sector agrícola.

LA PAC A DEBATE

Durante su intervención, Josep Puxeu, afirmó que “en cuanto al aceite de oliva, la mejor de las grasas, nos queda seguir consolidando una producción de calidad y con mayores rentas para el agricultor, para lo que es necesario mantener un cultivo que respete cada vez más las demandas medioambientales y pasa por mantener un nivel de apoyo muy importante de la Política Agraria Común”.

El Secretario de Estado expuso que “el olivar, como cultivo permanente, como sumidero de CO₂ y gran elemento de cubierta vegetal del sur de Europa es un elemento fundamental de estructura de producción y de paisaje, por tanto, todos los ciudadanos europeos deben comprometerse con el apoyo al olivo, lo que debe traducirse en una buena ficha financiera de apoyo al sector”. Además, confirmó que “donde debemos emplearnos más a fondo es en el ámbito de la producción para seguir obteniendo aceites de primerísima de calidad que nos permitan mantenernos en el top de las grasas”.

Puxeu aplaudió la política de pago por calidad que tienen las entidades asociadas a la D.O. Estepa y afirmó que “en Oleoestepa se están haciendo las cosas muy bien, están apostando fuertemente por la cata organoléptica, por la diferenciación de calidad e incluso por el pago a los agricultores en función de la calidad, una buena vía para buscar la diferenciación en el mercado”.

Según el Secretario de Medio Rural y Agua, “últimamente parece que se compite ver quién hace la grasa más económica y esa no es nuestra divi-

sión, sino que el aceite de oliva juega la Champions, no como otras grasas”.

Para Puxeu, la tasa plana, pone en riesgo el mantenimiento de cultivos históricos que han venido recibiendo mayor nivel de apoyo. En su intervención afirmó que “El olivar tiene el apoyo adecuado y no discutible, por tanto, hay que defender el olivar específicamente y que no se quede sin ese plus por lo que aporta a la Unión Europea de producción, generación de empleo, lucha contra la erosión, respeto al medioambiente,...”. Además, “la nueva PAC deberá contemplar las medidas que desde la Interprofesional del Aceite de Oliva y desde el propio sector se están perfilando y, además, la actualización de sistemas de gestión de mercados deben estar también en la nueva política agraria común”.

Para el Secretario de Estado “bajar el precio del virgen extra ha sido una inutilidad desde cualquier punto de vista. Espero que el sentido común y el buen trabajo haga que se recupere el recorrido perdido en cuanto al precio”. Josep Puxeu cerró su intervención mostrando “su compromiso porque el aceite esté en el mercado de excelencia y la nueva PAC consolide al sector y despeje la incertidumbre” y afirmando que “la PAC no se acaba, es más, va más allá de las estrategias de 2020 de la Unión Europea”.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Finalmente, la Denominación de Origen hizo entrega de los Premios Frutado Intenso a importantes personalidades e instituciones que, por sus importantes trayectorias profesionales, han contribuido de manera destacada al desarrollo del sector del aceite de oliva y a la promoción del considerado “oro líquido”. Los galardones de la III edición del evento fueron otorgados a:



Hipólito García Toledo, Ex-Director del Laboratorio Agroalimentario de Atarfe, recibe el premio Investigación-Mecenazgo de manos de José Mª Loring Lasarte



Cristóbal de la Puerta, acompañado por Jesús López Colmenarejo, recibe el premio Medio de Comunicación de manos de Justo Zambrana



Francisco Sensat, Vicepresidente de la Fundación Dieta Mediterránea, recibe el premio Trayectoria Profesional de manos de Josep Puxeu



Ildefonso Orihuela, maestro almazarero de la Olivarera de Pedrera recibe el premio Honorífico por su dilatada trayectoria de manos de José Antonio Pino



Justo Zambrana, Subsecretario del Ministerio del Interior, recibe una placa honorífica de manos de José Antonio Pino, Presidente de Ntra.Sra.de la Fuensanta



Josep Puxeu, Secretario de Estado de Medio Rural y Agua, recibe una placa honorífica de manos de José Mª Loring, Presidente de la D.O.Estepa



Javier Rodríguez, Justo Zambrana, Josep Puxeu y Álvaro Olavarría



Las instalaciones de Ntra.Sra.de la Fuensanta sirvieron de salón de celebraciones para la ocasión



Fachada del Salón de Actos de Ntra.Sra.de la Fuensanta



Los medios de comunicación asistieron al evento para recoger palabras de los protagonistas



José Humanes, primer Presidente de la Denominación de Origen Estepa, fue el encargado de presentar uno de los premios

CÓMO ENTIENDE EL CONSUMIDOR LA CALIDAD DEL ACEITE DE OLIVA

Óleo, publicación del sector del aceite, fue la organizadora de unas jornadas que se celebraron en el salón de actos de Oleoestepa y contaron con prestigiosos profesionales



Louis Barjol (Director Ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional), Eduardo Pérez (Presidente de Oleoestepa), Ana María Romero (Dra.Gral.de Industrias y Calidad Agroalimentaria del MARM) y Nieves Ortega (Directora de la Revista Óleo)

Oleoestepa, entidad amparada por la Denominación de Origen Estepa, acogió el pasado 31 de mayo las jornadas técnicas “Cómo entiende el consumidor la calidad en el aceite de oliva” organizadas por la publicación Óleo, donde se extrajeron conclusiones de gran interés para el sector del aceite de oliva.

Las jornadas se inauguraron con la participación de Jean-Louis Barjol (Director Ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional) y Ana María Romero, (Dra.Gral.de Industrias y Calidad Agroalimentaria del MARM).

Durante su intervención, Jean-Louis Barjol destacó aspectos como “las campañas promocionales que ha puesto en marcha el COI en países como Rusia o China y durante el

mes de Junio en Estados Unidos para fomentar el consumo de aceite de oliva virgen extra a nivel mundial”. Además, Jean-Louis expresó la intención del Consejo Oleícola Internacional de “extender la implantación en más países de laboratorios y paneles de cata reconocidos por el COI”.

Por su parte la Directora General de Industrias y Calidad Agroalimentaria, Ana M^a Romero, recalcó durante su intervención la importancia de continuar realizando esfuerzos para “extender el conocimiento de los beneficios del consumo de aceite de oliva virgen extra y aprovechar las posibilidades del mercado global para que, gracias a la calidad del producto con el que contamos, se obtengan más beneficios para un agricultor que trabaja por la mejora continua”.

MESA DEBATE: ¿QUÉ ENTIENDE Y CÓMO RECIBE EL CONSUMIDOR LA INFORMACIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL ACEITE DE OLIVA

A continuación tuvo lugar la mesa de debate “¿Qué entiende y cómo recibe el consumidor la información sobre la calidad del aceite de oliva?”, moderada por Cristina Clemente, Subdirectora Gral. de Planificación y Control Alimentarios del MARM y en la que participaron, entre otros profesionales de referencia en el sector, Rafael Pico (Director de la Asociación empresarial Asoliva), Rafael Sánchez de Puerta (Director Gerente de FAECA), Pedro Rubio (Presidente de la Asociación empresarial Anierac), José Manuel Bajo (Secretario de la sectorial nacional de Denominaciones de Origen), Aurelio del Pino. Dtor Gral de la Asoc. de Cadenas Españolas de Supermercados) y Luis Guerrero (Responsable del Laboratorio de Análisis sensorial del IRTA).

Rafael Sánchez de Puerta, en su intervención, afirmó que “desde FAECA se ha mandado una propuesta al Ministerio con las bases que creen que se deberían exigir en las diferentes categorías de aceite de oliva para tener más tranquilidad y garantía de la calidad y pureza de nuestros aceites. Entre estas propuestas se encuentra el aumento de la exigencia en parámetros como la acidez, que por ejemplo, en el virgen extra pasaría de 0,8 a 0,5 como máximo”.



FAECA ha propuesto al Ministerio nuevas exigencias para las diferentes categorías de aceite con el objetivo de dar una mayor garantía y tranquilidad respecto a los aceites españoles



Miguela González defendió que “el análisis sensorial es la única herramienta capaz de detectar, identificar y cuantificar con precisión todos los atributos de un aceite, tanto positivos como negativos”.

Para Rafael Sánchez es importante “evitar por todos los medios que un aceite fraudulento llegue al mercado, poniendo todas las trabas posibles para garantizar la calidad que llega al consumidor”. Para el Representante de FAECA, “todo aceite que salga al mercado, tanto nacional como internacional, debe tener una acreditación sólida de que ha pasado unos controles químicos y organolépticos”.

Todos los participantes de la mesa de debate coincidieron en la idea de que los aceites españoles han alcanzado unas cotas elevadísimas de calidad que los han situado en la cima a nivel mundial, pero que el gran recorrido que falta por hacer se encuentra en la promoción y en la información que le llega al consumidor sobre el producto. En este sentido se destacó la importancia de fomentar el conocimiento a nivel mundial de las cualidades saludables con las que cuenta el aceite de oliva virgen extra.

Además, otra las ideas principales que se destacaron fue la defensa del panel test como una prueba fundamental para mantener la diferenciación de los aceites de oliva vírgenes extra respecto a otros aceites.

Por otro lado, José Manuel Bajo (Secretario de la sectorial

nacional de Denominaciones de Origen), destacó que “en el mercado del aceite de oliva virgen extra el 50 % de las ventas son sin marca de la distribución, y de este 50% los vírgenes extra con denominación de origen representan ya casi un 25%, síntoma de que el consumidor es cada vez más consciente de la garantía y diferenciación que ofrece una D.O”.

MESA DEBATE: IDENTIFICACIÓN Y CONTROL DE LA CALIDAD DEL ACEITE DE OLIVA

Las jornadas continuaron con las mesas de debate “Identificación y control de la calidad del aceite de oliva” y “Necesidad y uso práctico del análisis sensorial” donde, entre otros profesionales de prestigio, participaron Wenceslao Moreda Martín “Instituto de la Grasa de Sevilla CSIC) y Miguela González Velasco (Jefa del Panel Test de Oleoestepa).

Miguela González recalcó la importancia del análisis sensorial del aceite de oliva virgen extra, que “es la única herramienta capaz de detectar, identificar y cuantificar con precisión todos los atributos de un aceite, tanto positivos como negativos”. Además, la Jefa del Panel de Cata de Oleoestepa destacó que el análisis sensorial permite identificar perfiles en el aceite de oliva virgen extra para adaptarlos a la demanda de los diferentes mercados. Miguela González mostró “su apoyo al desarrollo de nuevos métodos de análisis que apoyen el análisis sensorial para caracterizar los aceites de oliva vírgenes, y a la posibilidad de incluir en la etiqueta del producto la leyenda -testado química y sensorialmente”.



Para Álvaro Olavarría "es necesario que haya reglas únicas a nivel internacional para conocer las bases a cumplir para poner el producto en el mercado"

Para cerrar el acto, Álvaro Olavarría, Director Gerente de Oleoestepa, quiso destacar que “es necesario que haya unas reglas de juego únicas a nivel internacional para conocer las bases que hay que cumplir para poner el producto en el mercado y alabó la puesta en marcha de la Interprofesional como una herramienta de gran importancia para el sector”.



Salón de Actos de Oleoestepa durante las jornadas



jornadas rentabilidad y futuro olivar

Las jornadas “Rentabilidad y Futuro en el olivar” reunieron a numerosos expertos que analizaron los pasos a seguir para conseguir una mayor eficiencia y rentabilidad en cada uno de los pasos de proceso productivo. Editorial Agrícola quiso que la comarca de Estepa y Puente Genil fuera la protagonista de la I Edición del evento.

Editorial Agrícola Española y Revista Agricultura, en colaboración con la Junta de Andalucía, el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa y Asaja Sevilla, organizaron una jornada en la que se debatió la actual situación del sector olivarero español y sus perspectivas de futuro.

Bajo el título “Rentabilidad y Futuro del Olivar”, expertos del sector se dieron cita el día 17 de junio en el salón de actos de Oleoestepa, en la localidad sevillana de Estepa, para ofrecer una visión global del sector, pero analizando cada uno de los medios de producción y las posibilidades de mejorar su rentabilidad.

La filosofía con la que se impulsó este encuentro fue transmitir la innovación como una herramienta para mejorar la rentabilidad de las explotaciones de este cultivo. A través de datos concretos, los distintos ponentes examinaron los diferentes medios de producción y cómo mejorar la rentabilidad de las explotaciones.

Las jornadas fueron inauguradas por la Directora General de Producción Agrícola y Ganadera de la Junta de Andalucía, Judit Anda, que durante su intervención destacó que “nos enfrentamos a una nueva PAC en la que pondremos por encima de todo la defensa de los presupuestos de los productores andaluces, y así consta en un documento firmado por la Consejería y las diferentes organizaciones agrarias”.

Además, Judit Anda afirmó que “en este momento no se aprobará ninguna reforma de la política agraria comunita-

ria mientras no se adopte la ficha presupuestaria que la Unión Europea tendrá para la agricultura” a lo que añadió que “el Parlamento Europeo ha hecho un dictamen en el que dice que el presupuesto de la agricultura se debe mantener”.

La Directora General destacó que “la rentabilidad no sólo depende de las ayudas y que se debe trabajar más en optimizar costes” y resaltó que, tal como ya había comunicado la Consejera de Agricultura y Pesca, Clara Aguilera, “la Junta de Andalucía aportará 40 millones de euros al sector oleícola a través de fondos reembolsables para dotarle de liquidez y evitar que se vea obligado a malvender el aceite”.

Para Judit Anda “también es fundamental poner en valor



Judit Anda, Directora General de la Producción Agrícola y Ganadera de la Junta de Andalucía, Jesús López, Director Ejecutivo de Editorial Agrícola, y José Mª Loring, Presidente de la Denominación de Origen Estepa



Álvaro Olavarriá, Director Gerente de Oleoestepa S.C.A., Jorge Jaramillo, Periodista y Moderador de las Jornadas y Judit Anda, Directora General de Producción Agrícola y Ganadera de la Junta de Andalucía

la importancia de todo lo que representa el olivar desde el punto de vista de la lucha contra el cambio climático". Por otro lado, la Directora General quiso recalcar que "hay margen para poder avanzar y mejorar aún más en la rentabilidad de las explotaciones, trabajando en la eficiencia de recursos para reducir los costes".

Judit Anda afirmó "que no se puede abandonar el trabajo por la calidad" y destacó las buenas cifras en cuanto a la existencia de Denominaciones de Origen y cantidad de plantaciones bajo técnicas como la Producción Integrada.

En su presentación, la Directora General estuvo acompañada por el Director Ejecutivo de Editorial Agrícola Española, Jesús López Colmenarejo, y el presidente de la Denominación de Origen Estepa, José María Loring, quien constató "la profunda crisis en la que se encuentra el sector y la importancia de la apuesta por la calidad que se está realizando desde la Denominación de Origen Estepa para la mejora en la comercialización de los aceites de oliva vírgenes extra de la comarca de Estepa y Puente Genil".

La jornada se ha dividido en tres sesiones en las que se analizó el actual marco productivo, los medios de producción y los parámetros económicos que conforman la realidad del sector en estos días.

De las conclusiones obtenidas durante la celebración de las jornadas "Rentabilidad y Futuro en el olivar" cabe seña-

Según Judith Anda, "La Junta de Andalucía aportará 40 millones de euros al sector oleícola a través de fondos reembolsables para dotarle de liquidez y evitar que se vea obligado a malvender"

lar que "el sector necesita innovar para mejorar la rentabilidad de sus explotaciones a través de la disminución de los costes de producción" y que "la apuesta por la calidad del aceite debe de ser decidida para poder luchar en los mercados nacionales, y sobre todo en los internacionales por continuar creciendo al ritmo de los últimos años".

Entre los participantes asistentes al evento destacar la presencia del Director Gerente de Oleoestepa, Álvaro Olavarriá; el especialista de Producto de Fendt, Federico Amigo; el delegado comercial de Gregoire SAS, Leonel Baptista; la ingeniero agrónomo, María Dolores Humanes; y el responsable de Desarrollo y Marketing para la Zona Sur de Comercial Química Massó, Abelardo Rodríguez.

Álvaro Olavarría, Director Gerente de Oleoestepa, recalcó en su intervención que en España “sólo hay realmente 5 o 6 cooperativas de segundo grado en el sector del aceite de oliva que están llevando una gestión comercial de todo un grupo de manera profesional y que no suman más del 20% de la producción nacional”.

Por otro lado, el Director Gerente de Oleoestepa S.C.A. quiso destacar la gran labor de implantación del sistema de producción integrada que se ha llevado en el territorio amparado por la Denominación de Origen Estepa y afirmó que “todos los aceites producidos por las entidades asociadas a Oleoestepa se analizan con las máximas exigencias para descartar la presencia de residuos fitosanitarios y los resultados de estos análisis nos muestran que un aceite bajo el método de producción integrada resulta tan limpio como uno de producción ecológica”.

También participaron en este encuentro el director de Área de Negocio Sevilla Provincia Este de La Caixa, Juan Carlos Dorado y el director de la oficina de Estepa- Erillas Blancas de esta misma entidad, Fructuoso del Val.

Las jornadas, dedicadas por entero al sector oleícola, se enmarcaban dentro del ciclo “Rentabilidad y Futuro”, que promueven la Editorial Agrícola Española y la Revista Agricultura, y que comenzó el pasado mes de octubre en Tomelloso (Ciudad Real) con un debate monográfico sobre el vino en la región y continuó con un encuentro sobre la ganadería de ovino realizado en Albacete.



Álvaro Olavarría durante su intervención

Álvaro Olavarría afirmó que “un aceite producido bajo el método de producción integrada resulta tan limpio de residuos fitosanitarios como uno ecológico”



Salón de Actos de Oleoestepa durante las jornadas



GAZPACHO DE HUEVO

INGREDIENTES

1 Cebolla, 2 l de Agua, 4 Huevos, 1 Trozo de Bacalao desalado, Pan, Vinagre, Sal y Aceite de Oliva Virgen Extra Arbequino de la Denominación de Origen Estepa

PREPARACIÓN

Se pone el agua a hervir y se le añade la cebolla y el bacalao. Cuando transcurran 10 minutos se baja el fuego y se añaden los huevos enteros, que quedarán escalfados; cuando ya estén cuajados se para el fuego.

Hacemos una mahonesa: En el vaso de la batidora ponemos un huevo, un buen chorreón de aceite de oliva virgen extra, el vinagre y la sal.

Debemos añadir la mahonesa al agua que tenemos hervida con la cebolla y los huevos poco a poco y removiendo a la vez, y además no debe estar demasiado caliente porque se cortaría.

Irá acompañado de sopa de pan y luego con el bacalao se puede hacer un picadillo de naranja.

GAZPACHO BLANCO

INGREDIENTES

200 g de Almendra cruda pelada, 100 g de Miga de pan, 1 Diente de Ajo pelado, 750 ml de Agua fría, 1 Cuchara sopera de Vinagre de Jerez, 1 Cucharadita de Sal, 2 dl de Aceite de Oliva Virgen Extra Selección de la Denominación de Origen Estepa

PREPARACIÓN

En una sartén con aceite de oliva virgen extra hacer un huevo frito (no muy frito) y dejar enfriar. Al ajo hay que quitarle el corazón para que no sea tan fuerte y repita menos.

En el vaso de una batidora, poner el pan en remojo con parte del agua, las almendras, el ajo, algo de vinagre y una pizca de sal. Añadir todo el contenido de la sartén que previamente habíamos apartado (aceite y el huevo frito) y batir hasta conseguir una sopa muy fina.

Por último añadir el resto del agua, y ajustar la sal y el vinagre al gusto. Servir muy frío acompañado con Uvas Moscatel.





*Arte de cultivar la tierra.



- **Colaboramos**
en el crecimiento y formación de nuestras cooperativas
- **Apostamos**
por los productos de calidad y con Denominación de Origen (D.O.)
- **Lideramos**
proyectos de I+D como socios desde la Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA)
- **Participamos**
en las iniciativas empresariales de carácter agroalimentario
- **Colaboramos**
con el Foro Encinal para la Conservación y Defensa de la Dehesa
- **Potenciamos**
los eventos feriales en torno a la agricultura y la ganadería



con la agricultura*

Ya tengo un año, ¿y ahora qué?

En 2010, regalamos a cada niño nacido en la comarca de Estepa un envase de 5 litros de Aceite de Oliva Virgen Extra Oleoestepa.

Aceite de Oliva Virgen Extra Oleoestepa.

Y ahora,
para agradecer tu confianza, por la compra de cada caja de 4 envases de 5 litros de cualquiera de las variedades de Aceite de Oliva Virgen Extra Oleoestepa, te regalamos una maravillosa aceitera artesanal de barro vidriado a elegir entre cuatro modelos.

Seguimos creciendo juntos



COLECCIONALAS
antes de agotar
existencias !!!



El Virgen Extra más reconocido



www.oleoestepa.com • 902 232 400