

# Frutado Intenso

Trimestral Periódico Independiente de la Denominación de Origen Estepa nº4 Enero 2007



## Un paso hacia el futuro

San José  
de Lora de Estepa



### SALUD

El consumo de Virgen Extra reduce la presión arterial



### NOTICIAS

Premio al stand de mejor diseño en "Sevilla son Sus Pueblos"



### INVESTIGACIÓN

Investigación sobre hábitos de consumo del Virgen Extra





# Con el mismo rigor

Con la misma profesionalidad de siempre.

Porque creemos que, siendo líderes en la instalación de grandes y complejas plantas, podemos —cómo no— instalar equipos más pequeños [desde 200 kg./hora] para ofrecer soluciones personalizadas a clientes con necesidades peculiares.

Pieralisi, grandes soluciones.  
[también] para pequeñas plantas.



**PIERALISI**  
ESPAÑA S.L.

FÁBRICA: Avda. Alcalde Caballero, 69. 50015 ZARAGOZA (España). Tel. 976 46 60 20 - 976 51 53 11  
Fax Direc. Admón. y Ventas: 976 73 28 16 - Fax Tec. Post-Venta: 976 51 53 30

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...

## ¡Feliz Año Nuevo a Todos!

Muchas veces, el método más sencillo para llevar a cabo proyectos de gran envergadura se resume en escuchar. Las últimas tendencias en las compañías y empresas más importantes del mundo se basan en contar con la opinión de sus trabajadores, de todos y cada uno de los departamentos, para desarrollar estrategias y acometer nuevos proyectos, así como las de sus clientes.

En esta edición de Frutado Intenso le ofrecemos diversos artículos enmarcados dentro de esta línea de actuación, descubrir la opinión de los consumidores.

A falta de una campaña institucional de todo el sector, de promoción genérica para el aceite de oliva, no dejan de surgir iniciativas de unos u otros colectivos de manera particular, la nuestras es una más.

No obstante para nosotros, atender al consumidor y sus necesidades es fundamental. No podemos desperdiciar

esta gran sensibilidad que existe, ni dejar de escucharlo, pues son ellos los que nos situarán en la mejor estrategia comercial que debemos seguir.

Pero detrás de este mundo del consumo alimenticio y en concreto del Aceite de Oliva Virgen Extra están los creadores, productores y envasadores que se hallan sumidos en una verdadera maratón competitiva entre grandes y pequeños, entre ventas interiores y exportaciones, entre marcadas fluctuaciones de precios en origen al alza y a la baja, entre mediáticas incursiones provinciales, autonómicas y nacionales y hasta internacionales, entre negociaciones, pactos, ayudas,... y un sinfín de tareas que han de desarrollar para ofrecer un producto de calidad, que le sea rentable y que no pierda sus propias connotaciones diferenciales.

**No digan que ser olivarero no tiene su Arte...**

*José María Loring Lasarte*  
**Presidente del C.R.D.O.Estepa**

## Sumario...

Editorial.....	pág.3	El Último Escalón.....	pág.16
Mercado.....	pág.4	Salud .....	pág.17
Estudio de Mercado.....	pág.6	Entrevista Alcalde El Rubio .....	pág.19
Calidad Recompensada.....	pág.9	Entrevista Presidente S.C.A.Ntra.Sra. de la Paz.....	pág.20
Noticias D.O.Estepa.....	pág.10	Entrevista Maestro Arbequisur.....	pág.21
Lora de Estepa: nuevas instalaciones.....	pág.12	A comer / Concurso.....	pág.22
Jornadas Peralisi.....	pág.15		

## Frutado Intenso



### Edita

C.R.D.O.Estepa  
Pol.Industrial Sierra Sur  
Centro de Empresas  
41560 Estepa (Sevilla)  
Tel. y Fax: 955 912630  
secretaria@doestepa.es

Redacción y Maquetación  
José Carlos Sánchez

### Consejo Editorial

José María Loring  
Álvaro Olavarría  
Eduardo Pérez  
Moisés Caballero  
Imprenta  
Artes Gráficas Cosano  
Depósito Legal  
SE-4622-05

### ISSN

1886-8266

**El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa agradece el trabajo de todos sus colaboradores.**



**Fotografía de Portada**  
Quino Castro



**TEXTO: ÁLVARO OLAVARRÍA GOVANTES,**  
**Director Gerente de Oleoestepa S.C.A.**

C) Asegura al cliente consumidor que no ha sido adulterado con otra grasa vegetal, de manera intencionada o accidental. (por ejemplo

aceite de oliva y girasol, o aceite de orujo y aceite de oliva, etc.), lo que supondría un fraude económico.

D) Garantiza la trazabilidad total del producto. ¿Por qué se exige a la industria agroalimentaria trazabilidad desde el campo, y se pierde en el canal HORECA? En caso de algún problema, en la botella o etiqueta se informa del lote de envasado y fecha preferente de consumo.

### ***El tapón irrellenable garantiza las normas básicas de higiene, la trazabilidad del producto y aporta seguridad alimentaria al consumidor***

#### **2) RAZONES DE PROMOCION:**

##### **Introducción:**

¿Sabía que de 100 € que nos gastamos en España en alimentación 25,9 € lo gastamos en el canal Horeca ?

En España hay 239.000 establecimientos que configuran el universo del canal HORECA, de los que el 20,9% son restaurantes, 75,8% son bares y cafeterías, y 3,3% son hoteles.

Según datos de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, España de las principales potencias mundiales del turismo, recibe 55 millones de turistas cada año, los cuales declaran en un alto porcentaje como motivo de la visita el gastronómico.

¿Existe alguna Feria Comercial de Alimentación en el mundo donde asista tanto público (55 millones de turistas) y con tanto interés por descubrir y probar nuevos productos?

A) Tenemos una gran oportunidad, a través de 239.000 colaboradores en España, de cambiar la percepción ante estos potenciales clientes que nos visitan cada año, a favor del aceite de oliva español, líder no sólo en producción sino también cada vez más en calidad.

Frente a la imagen de producto italiano que actualmente se transmite del aceite de oliva en los principales mercados como Estados Unidos (8% del consumo mundial).

Pero Ojo, para ello debemos DIGNIFICAR el aceite de oliva con botellas elegantes, claramente etiquetadas, con indicación de la marca, procedencia, pertenencia o no a una Denominación de Origen, etc. Y sobre todo lo mas importante, un contenido excelente, irreprochable. Así valorizamos el producto y damos imagen de calidad al establecimiento a través de los productos que nos ofrecen. El recuerdo del consumidor será agradable y estará siempre receptivo a consumir aceites de oliva españoles.

B) Precisamente, dado que cada vez más, se come fuera de nuestros hogares, debemos formar a los nacionales y foráneos en la cultura del aceite de oliva a través de los restaurantes y cafeterías, suscitando interés por saber de su historia, métodos de elaboración, variedades, usos, etc., igual que el marketing aplicado desde la mitología griega para valorizar el vino. Véase Museo Dinastía Vivancos en Briones (Haro).

Nuevamente como una simbiosis, establecimientos de HORECA y aceite de oliva, pueden sacar buenos resultados de la medida.

Para finalizar, felicitar y aplaudir a los responsables de Hoteles, Cafeterías, Restaurantes, Bares, etc., que ya ofrecen el aceite de oliva a sus clientes en las botellas originales de cristal, sin rellenar, ni manipular, pues esta medida se exige y agradece cada vez más por los clientes, y dice mucho de la preocupación, cada vez más frecuente, de los propietarios de los establecimientos por su imagen, cuidada en todos sus detalles.

***La obligación de usar envases con tapón irrellenable en el canal Horeca podría producirse dentro de unos meses y entonces recogeremos el fruto del trabajo que comenzamos hace más de un año***







# El complejo mercado del aceite de oliva virgen extra envasado (II)

*El estudio realizado afirma que hay un importante desconocimiento en torno a las diferencias entre las características intrínsecas del aceite de oliva y el aceite de Oliva Virgen Extra.*

**E**n el anterior número de Frutado Intenso comentábamos las dificultades que el consumidor tiene a la hora de seleccionar o compra un aceite de oliva virgen extra. El estudio realizado por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa determinaba claramente que es el enorme desconocimiento que tienen los consumidores y el precio, siempre más elevados los vírgenes extras que los oliva normales, los dos principales factores determinantes a la hora de compra un aceite de oliva.

Otros hechos igualmente interesantes y que nos gustaría señalar fruto de los resultados de este estudio son los que exponemos durante el artículo; señalar previamente que hablamos de Aceite de Oliva Virgen Extra y que nuestro marco de estudio es Sevilla capital y su área metropolitana.

*Los usos más comunes del Aceite de Oliva Virgen Extra son en bocadillos, tostadas, aliñar y cocinar, y los menos comunes freír, salsas y repostería*

En primer lugar indicar que la compra de aceite de oliva virgen extra es un hábito muy extendido en la provincia de Sevilla, más de un 80% de los encuestados nos indican que lo consumen.

Los usos más comunes del Aceite de Oliva Virgen Extra son en bocadillos o tostadas, para aliñar y cocinar, mientras que los menos comunes son para freír, para salsas/mahonesas y para repostería.

El principal freno para su compra y consumo es una cuestión económica (es más caro) y, en segundo término, Sabor/Acidez (pues no a todos les gusta). De hecho, el aceite sustitutivo más frecuente, para los mismos usos habituales a los que se destina el Aceite de Oliva Virgen Extra, es el aceite de oliva.

Existe un importante desconocimiento en torno a las diferencias entre las características intrínsecas del aceite de oliva y el aceite de Oliva Virgen Extra.

Existen importantes discrepancias entre las motivaciones aparentes y las reales para el consumo del aceite de oliva virgen extra. Así entre las aparentes figuran su mejor y distinto sabor (destacado espontáneamente por el 94% de

los compradores) y su prescripción como aceite más saludable o recomendado para dietistas (56%). Sin embargo las motivaciones reales a la hora de elegir una u otra marca concreta de Aceite de oliva virgen extra incluye argumentos más racionales, como la comparación de precios, los hábitos y costumbres adquiridas hacia determinadas marcas y la existencia de promociones u ofertas.

En cada acto de compra se suele adquirir un único envase, tipo Pet y mayoritariamente de 5 litros. Los lugares de compra preferentes son los supermercados urbanos pertenecientes a cadenas de hipermercados, y la periodicidad suele ser mensual o, en su defecto quincenal.

En cuanto a la elección de marcas, se suelen comprar marcas muy conocidas. Aún así, la principal marca consumida es el grupo de las MDD,s (marcas blancas del distribuidor)

Sevilla, aunque aún nos queda mucho por trabajar). No obstante se trata de un atributo que tiene escasa influencia en la decisión de compra.

Se constata un cierto desconocimiento de las DO,s (Denominaciones de Origen) aunque significativamente menor del existente a nivel nacional.

Estepa, Sierra de Cazorla y Baena son las DO,s con mayor conocimiento entre los consumidores de Aceite de Oliva Virgen Extra, donde hay que destacar la notoriedad que ha alcanzado la primera de ellas en tan solo dos años de existencia.

El pertenecer a una denominación de origen aporta, sobre todo, mayor confianza y garantía de calidad, aunque en términos generales la aportación de las DO,s a la imagen de la marca/producto amparada es relativamente escasa.



ya que tras la leche el aceite es el producto en el que las MDD,s encuentran una mayor aceptación.

De todos modos la fidelidad a la marca es relativa. El 43% de los compradores declaran que cambian de marca motivados básicamente por las ofertas o mejores precios.

En cuanto al tema del territorio y el origen como elementos decisivos en la compra la encuesta mostró los siguientes resultados:

Entre las zonas productoras más destacadas por la mayor calidad de los aceites que elaboran, además del reconocimiento mayoritario hacia Jaén (con un 56% de alusiones espontáneas), Andalucía y Córdoba, también se menciona

*Estar amparado por una denominación de origen aporta, sobre todo, mayor confianza y garantía de calidad*

En definitiva el informe refuerza la necesidad de realizar un gran esfuerzo para dar a conocer a los consumidores lo que es un Aceite de Oliva Virgen Extra y lo que supone pertenecer a una Denominación de Origen. Planificación e Inversión parecen ser dos conceptos con los que tenemos que ir trabajando.

\*FUENTE: ESTUDIO REALIZADO POR EXPERTA PARA LA D.O.ESTEPSA



# Pruébalo!!



“Folicur  
no tiene color...  
el verde es de tus olivos”

# Folicur<sup>®</sup>

## 25 EW



AGROQUIMAR, S.L.

Polígono Industrial Sierra Sur  
C/ Almendra P19

Tfno: 95 482 0043. ESTEPA



Bayer CropScience





# Olivarera de Pedrera: Calidad Recompensada

*Numerosos premios han recompensado los esfuerzos que nuestras cooperativas están realizando en favor de la calidad del aceite de oliva virgen extra; Pedrera ha sido la gran triunfadora en la campaña 05/06, aunque la calidad de los vírgenes extra producidos por todas las cooperativas ha sido de una calidad extraordinaria.*

La campaña 05/06 ha sido la muestra de que vamos por buen camino, de que la calidad del aceite de oliva virgen extra es la línea de futuro en la que debemos seguir trabajando. Importantes premios han reconocido la labor que están realizando las entidades asociadas a la Denominación de Origen Estepa, especialmente la Olivarera de Pedrera, que ha sido la gran triunfadora durante la pasada campaña.

## **I Premio al Mejor Aceite de Oliva V.E. de Sevilla**

La Olivarera de Pedrera comenzó pronto a ver los frutos de la firme apuesta por la calidad a través de la Producción Integrada; a principios de marzo, Fernando Rodríguez Villalobos, Presidente de la Diputación de Sevilla, hizo entrega a la entidad del Premio al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra de la Provincia de Sevilla.

Un jurado compuesto por reconocidos expertos llegó a la conclusión de que el aceite ganador presentaba las características de ser un aceite equilibrado afrutado verde hoja, de intensidad media y con regusto de alcachofa y dulce, así como picante en equilibrio según los términos empleados por los especialistas.

Hay que destacar además que el Accésit del VIII Premio al Aceite de Oliva Virgen Extra de la Provincia de Sevilla fue para Arbequisur, otra de las cooperativas que han visto reconocidos sus esfuerzos por la calidad y el trabajo responsable (Producción Integrada).

## **I Premio al Mejor Aceite de Oliva V.E. de España**

Lo mejor estaba por llegar, y a principios de mayo la Olivarera de Pedrera recibió el mayor reconocimiento que puede recibir un aceite de oliva virgen extra dentro de nuestras fronteras. El Premio al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra de España en la categoría Frutado Verde Dulce reconocía la apuesta decidida por la calidad que se viene realizando desde las entidades asociadas a la D.O.Estepa., de la mano de nuestra olivarera.

El aceite de oliva virgen extra presentado por Oleoestepa, perteneciente a su cooperativa asociada Olivarera de Pedrera, fue reconocido como un “Frutado de aceituna verde intenso, complejo y equilibrado, donde sobresalen la hoja de higuera, hoja de olivo, alloza, hierbabuena y tomillo. En boca es, de entrada, dulce y ligeramente almendrado de alloza, amargo y algo más picante”. Estas cualidades son las que llevaron a este excelente producto a ser considerado el mejor aceite frutado verde dulce de España.



En el centro, Dña.Elena Espinosa, Ministra de Agricultura y Pesca, acompañada a su izquierda de José Manuel Pozo, Presidente de la Olivarera de Pedrera, entre otras personalidades.

Un año más, la presencia de nuestros aceites de oliva virgen extra en “Sevilla son sus pueblos” ha resultado todo un éxito. En esta feria se ha confirmado una vez más que, si “Sevilla son sus pueblos”, “el zumo de aceitunas con D.O.Estepa es su aceite”.

## Nuestra presencia destacó en “Sevilla son sus Pueblos”

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen de Estepa estuvo presente en “Sevilla son sus pueblos”, feria que se celebró en FIBES entre los días 15 y 18 de diciembre, y que organiza anualmente la Diputación Provincial de Sevilla.

La Denominación de Origen Estepa abrió las puertas de su stand el pasado 15 de diciembre para atender a los visitantes que se acercaron a “Sevilla son sus pueblos”. De esta forma se le da continuidad al proyecto “Escuela del Aceite”, mediante el cual el Consejo Regulador de la Denominación de Origen pretende extender la cultura sobre este producto de Calidad Certificada. Las personas que asistieron pudieron degustar aceite de oliva virgen extra

de la presente campaña, adquirir este producto de calidad excelente y conocer a través de profesionales los valores del “zumo de aceitunas” amparado por la Denominación de Origen.

Con la presencia en “Sevilla son sus pueblos” el Consejo Regulador completó un año de presencia en destacadas ferias nacionales. Gracias a los esfuerzos realizados en promoción durante 2006 se ha conseguido que aumente la cultura sobre el aceite de oliva y los consumidores comienzan a distinguir la excelencia de un virgen extra como el amparado por la Denominación de Origen Estepa.

## Estuvimos en las ediciones profesional y comercial de EXPOGENIL 2006

La D.O.Estepa estuvo presente en las ediciones profesional y comercial de EXPOGENIL 2006, que se celebraron entre los días 2-5 de Noviembre y 24-26 de noviembre respectivamente. En ambas ediciones el número de asistentes fue muy elevado, y numerosas las personas que se acercaron al stand para degustar nuestros aceites de oliva virgen extra. Durante la celebración de ambos eventos, las preguntas que recibimos de los visitantes se basaron principalmente en las diferencias que existen entre un aceite de oliva virgen extra y el resto de categorías, en cuáles son los beneficios de nuestro producto para la salud, las virtudes de cada uno de los envases utilizados para el “zumo de aceitunas”, y los usos gastronómicos del arbequino y el hojiblanco, principales variedades de virgen extra de nuestra comarca.



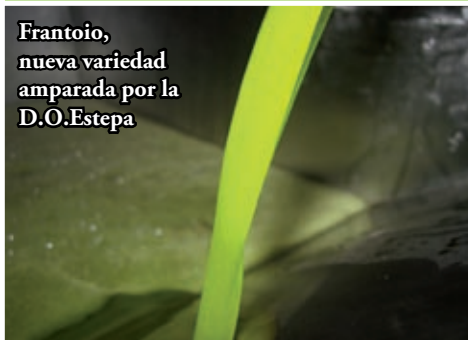


Promoción  
en Cash Badía  
(Sevilla)



# Nuestras acciones

Frantoio,  
nueva variedad  
amparada por la  
D.O.Estepa



CATA EN ASOCIACIÓN DE  
AMAS DE CASA DE CÁDIZ



Cuento sobre la  
historia del aceite  
de oliva virgen extra  
de la D.O.Estepa

Cata de Aceite de Oliva Virgen Extra  
en la Escuela de Hostelería Isla Antilla



Eduardo Pérez en la entrega de los Pre-  
mios Carrefour, donde Oleoestepa recibió  
una mención especial



OLEOESTEPA estuvo en  
la feria de alimentación  
FOOD & HOTEL Shangai  
2006



De las manos de Dolores Bravo y Enrique Contreras, Presidenta y  
Gerente de PRODETUR respectivamente, José María Loring reci-  
bió el premio al mejor diseño de stand en "Sevilla Son sus Pueblos"



Imagen del Proyecto de "Centro de Interpretación de la Cultura del Olivo"





# Lora de Estepa se coloca a la vanguardia del sector olivarero español

El pasado 7 de Noviembre la Cooperativa San José de Lora de Estepa inauguró uno de los complejos olivareros más modernos de España; éste cuenta con la más avanzada tecnología y medios de producción respetuosos con el medio ambiente. Las instalaciones son un claro ejemplo de la política de mejora continua de la calidad que han implantado

todas las entidades asociadas a la Denominación de Origen Estepa. Al acto de inauguración asistieron numerosas autoridades, entre las que destacaron el Consejero de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Isaías Pérez Saldaña, y la Subdirectora General de Planificación Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Isabel Bombal.

*De izquierda a derecha: José Luis García Palacios, Presidente de Caja Rural del Sur, y Eduardo Pérez, Presidente de San José de Lora de Estepa*



“Nos encontramos ante un claro ejemplo de modernización en el sector agroalimentario andaluz”. Estas son las palabras que Isaías Pérez Saldaña pronunció tras ver la renovación total de la Almazara San José de Lora de Estepa. Dicha transformación se centra principalmente en la modernización de los puntos de descarga, lavado y pesado de las aceitunas, nuevas naves de fabrica y ampliación de las líneas de extracción y decantación con una capacidad diaria para el proceso de 500 Tm/24 horas; además, se ha construido un nuevo edificio de Bodega e instalados 42 depósitos de acero inoxidable con una capacidad de 3.000.000 Kilos, y anexo de nuevas oficinas y salón de actos social, con una inversión de 4.000.000 €.

*“Al entrar en la almazara uno siente que el aceite de oliva virgen extra que se produce aquí es de calidad”*

Con esta afirmación continuó el Consejero, que inauguraba así uno de los complejos olivareros más modernos de España y posiblemente del mundo.





*Entrada de la Cooperativa  
San José de Lora de Estepa*

En el acto de inauguración también intervinieron Isabel Bombal Díaz (Subdirectora General de Planificación Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación), José Luis García-Palacios (Presidente de Caja Rural del Sur) y Salvador Guerrero Reina (Alcalde de Lora de Estepa), entre otras autoridades.

***“El símbolo de la perfecta combinación entre la modernización y un sector de tradición como el aceitero”***



*De izquierda a derecha: Isabel Bombal, Subdirectora General de Planificación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y Salvador Guerrero, Alcalde de Lora de Estepa*

Salvador Guerrero, Alcalde de Lora de Estepa, realizó un breve repaso de la historia de la Cooperativa San José de Lora de Estepa, como reflejo de las posibilidades de crecimiento que existen cuando se cree en un proyecto. Además, el Alcalde de Lora de Estepa afirmó “sentirse orgulloso por contar en su localidad con una entidad tan emprendedora”.

En un salón de actos totalmente lleno, tomó la palabra Eduardo Pérez, Presidente de la Cooperativa San José de Lora de Estepa que afirmó “las instalaciones son el fruto de la experiencia acumulada de muchas campañas fabricando aceites de calidad, como avalan los numerosos galardones con que hemos sido distinguidos tanto a nivel provincial y regional como nacional e internacional”. De esta forma, Eduardo Pérez hizo referencia al reconocimiento que está recibiendo la cooperativa tras años apostando firmemente por la obtención de aceites de oliva virgen extra de la máxima categoría.

Isabel Bombal destacó la capacidad de innovación mostrada por los integrantes de la Cooperativa San José de Lora de Estepa, y señaló que “las instalaciones son el símbolo de la perfecta combinación entre la modernización y un sector de tradición como el aceitero”. Además, la Subdirectora de Planificación Alimentaria señaló que “las nuevas instalaciones seguirán contribuyendo aún más a la mejora de calidad del aceite de oliva virgen extra producido, y aumentará los premios ya recibidos por la Denominación de Origen Estepa”.

Por su parte, José Luis García-Palacios afirmó que “estas instalaciones son únicas en España, no creo que haya cooperativa mejor que ésta” tras visitar la parte recién inaugurada de San José de Lora de Estepa.

El acto de inauguración fue todo un éxito de convocatoria y dio paso a la puesta en marcha de lo que es, sin duda, un ejemplo a seguir por todo el sector olivarero.



*Imagen del Salón de Actos de San José de Lora de Estepa durante la inauguración*





**John Deere**



**New Holland**

# Talleres J. Quirós

Reparación y Venta de Maquinaria Agrícola

Financiamos hasta el 100 % | Tipo de interés muy competitivo | Pagos Anuales

**Continuas ofertas en Tractores John Deere  
Seminuevos, totalmente garantizados  
y Nuevos “o” Horas**



**Halcón**

Pol.Ind. Sierra Sur, c/Ajonjolí,28 Estepa (Sevilla)  
Teléfonos: 955 912 886 - 666970516

Antonio Quirós Cruz - Servicio Técnico  
Distribuidos Comarcal Exclusivo de HALCÓN





## PIERALISI celebró unas Jornadas Técnicas en su sede central de Jesi (Italia) con la participación de un grupo de ingenieros agrónomos españoles

**Del 21 al 24 de noviembre y del 28 de noviembre al 1 de diciembre.** Bajo el título genérico “La evolución de la maquinaria oleícola: la experiencia Pieralisi”, esta firma líder del sector convocó a medio centenar de ingenieros agrónomos a una reunión técnica dividida en tres bloques: el Convenio con la participación de la dirección del Grupo Pieralisi; la visita a las instalaciones de Jesi y la visita a la Cooperativa Olma en Grosseto (Toscana), una de las cooperativas más importantes del sector oleario italiano.

Giacomo Laterza, Director Comercial del Grupo (División Aceite), inició su intervención destacando las razones que impulsaron al Grupo a poner en marcha el Convenio: “en todo el mundo, excepto en España, el mercado nos solicita detalles, información y características técnicas, consumos de los distintos modelos, etc. Mientras que en España los únicos elementos que interesan son la cantidad producida y el precio. No importa el tipo de molienda. El batido es sólo una fase intermedia en la cual es más importante la duración y la producción que la calidad del aceite. Pero nosotros nos preguntamos si éste planteamiento está justificado en el mercado actual y si es oportuno considerarlo así teniendo en cuenta el desarrollo que están alcanzando

los nuevos países productores”.

Otro momento importante fue la visita a las instalaciones de Peralisi en Jesi, donde los ingenieros españoles pudieron observar todo el proceso mediante el cual surge la tecnología y el modo en que se aplica a la fabricación de la maquinaria y su posterior incorporación al mercado internacional.

A la hora de elegir una almazara para visitar, Peralisi se decantó por una algo fuera de lo normal para los técnicos españoles, la de Olma, en Grosseto (Toscana). Es la cooperativa italiana más grande que trabaja por partidas. Sin duda, la razón principal fue mostrar maquinaria que en España se utiliza sólo en fábricas que quieren hacer aceite de máxima calidad.

Cerró las Jornadas el Presidente del Grupo, Gennaro Pieralisi, quien pronunció un emotivo discurso en el que agradeció de modo efusivo la visita de la expedición española y su participación en los actos programados.

Estas Jornadas se tiene previsto continúen realizándose durante el próximo año.



# El Último Escalón

## Nuestro olivar es nuestro mayor capital, por tanto, no debemos dañarlo ni devaluarlo con el uso de técnicas no aconsejadas por técnicos expertos

En el momento de escribir este artículo nos encontramos en plena recolección de nuestras aceitunas, es el último paso y posiblemente uno de los momentos más intensos de todo el año para el olivarero, quisiera mostrar primeramente los motivos que hacen a la recolección una situación crítica tanto para el olivarero como para las almazaras que reciben las aceitunas:

- Es la labor que requiere más mano de obra hoy en día en nuestro olivar, esto supone un problema en la actualidad ya que en nuestra zona esta mano de obra escasea, cada vez más están viniendo personas que no son de nuestro entorno.
- Es el proceso que genera más gastos de todas las operaciones de cultivo, dentro de la explotación olivarera, quizás esto sea lo que junto a la escasez de mano de obra está produciendo una mecanización vertiginosa de nuestros olivares, incluso una adaptación de los olivares a las máquinas de recolección.
- Al aumentar la mecanización se aumentan los kilos recolectados diarios, por lo tanto en las almazaras se puede crear un problema a corto plazo, en la recepción de las aceitunas
- El agricultor intenta recoger la aceituna en el momento que pueda conseguir el mayor rendimiento graso de sus aceitunas, esta máxima ha de compaginarla con el momento óptimo de desprendimiento de la aceituna y a su vez evitar los riesgos de caída natural de la aceituna, heladas, dificultad en el acceso a las fincas por lluvias..

Todos estos puntos críticos, no nos deben hacer olvidar, que el ciclo del cultivo continúa y que ante nosotros te-

nemos la cosecha del año que viene; de nada sirve conseguir una gran cosecha, tener unos gastos de recolección mínimos, obtener el mejor rendimiento graso posible, si no hemos actuado teniendo en cuenta que nuestro olivo tiene en potencia la cosecha de la próxima campaña.

Desde la producción integrada se nos recuerda que recolectamos aceitunas y que tras un proceso mecánico conseguimos ACEITE DE OLIVA VIRGEN, por lo tanto debemos evitar una serie de procesos si queremos que además sea EXTRA:

- Contaminaciones externas de lubricantes y combustibles usados en las máquinas de recolección.
- Fermentaciones en el fruto recolectado, que se producen al almacenar la aceituna varios días.
- Roturas de los frutos, esto es casi inevitable pero se debería minimizar.
- Contaminaciones por fitosanitarios al no respetar los plazos de seguridad o por usar materias activas no autorizadas en el olivar.
- Mezclar aceitunas del vuelo con las del suelo, dañadas por heladas o por enfermedades fúngicas.

Una vez finalizada la recolección, los olivos han sufrido golpes debidos a los vareos que provocan roturas de ramas y tallos; para evitar el ataque de enfermedades como son la tuberculosis y el repilo, como recomendación general se debe realizar una aplicación de fungicidas, y así protegerlo durante el invierno hasta que de nuevo se inicie el periodo productivo.

Nuestro olivar es nuestro mayor capital, por tanto no deberíamos devaluarlo con un mal manejo.



# El Consumo de Aceite de oliva Virgen Extra reduce la presión arterial

TEXTO: Valentina Ruiz Gutiérrez y Javier Sánchez Perona

Departamento de Investigación C.S.I.C. del Instituto de la Grasa

**D**e sobra es conocido que los ácidos grasos monoinsaturados de la dieta, y particularmente el aceite de oliva virgen extra como aceite rico en ácido oleico, reducen los niveles de colesterol plasmático tanto total como en forma de LDL, mientras que mantienen los de colesterol-HDL. Sin embargo, estudios realizados por el Grupo de Nutrición y Metabolismo Lipídico del Instituto de la Grasa (CSIC), demostraron que no todos los aceites ricos en ácido oleico tienen los mismos efectos saludables. En estos estudios se demostró que el aceite de oliva virgen extra es capaz de reducir la presión arterial en mujeres hipertensas, pero no así otro aceite rico en ácido oleico, como es el aceite de girasol alto-oleico.

Por tanto, se planteó confirmar los resultados del efecto hipotensor del aceite de oliva virgen en ancianos, un segmento de población que sigue creciendo en España y otros países desarrollados. Además, se estudió la influencia de la composición en triglicéridos de los aceites en los efectos beneficiosos del aceite de oliva virgen sobre los niveles lipídicos plasmáticos y los valores de presión arterial. Con este fin, se emplearon dos aceites de oliva virgen extra de la misma variedad, hojiblanca con la misma composición en componentes menores. La composición en ácidos grasos también era similar, encontrando solamente pequeñas diferencias en el contenido en los ácidos oleico y linoleico. Estas diferencias se reflejaban, sin embargo en significativas diferencias en la composición de triglicéridos. Estos aceites fueron administrados a 81 ancianos normotensos e hipertensos en la Residencia de Ancianos Heliópolis de Sevilla, durante dos periodos de 4 semanas, incluyendo un periodo de 4 semanas con aceite de girasol antes y entre los aceites estudiados, como periodo de lavado.

Los resultados obtenidos corroboraron los estudios anteriores, demostrando que el aceite de oliva virgen extra es capaz de reducir la presión arterial, esta vez en sujetos hipertensos de edad avanzada. Sin embargo, lo verdaderamente sorprendente fue que los niveles de colesterol total y LDL solamente se redujeron después del consumo de uno de los dos aceites (con mayor concentración de trioleína). Para estudiar las razones por las que sólo uno de los aceites influía fa-

vorablemente en los niveles de colesterol, se determinaron las especies moleculares de triglicéridos de las VLDL de los ancianos. Efectivamente, se evidenciaron diferencias en la estructura de dichas moléculas, cuyos ácidos grasos fueron redistribuidos en otros triglicéridos de las VLDL de manera selectiva y diferente para los dos aceites estudiados. Puesto que las LDL se forman en plasma a partir de remanentes de VLDL, la formación de LDL y su composición, están en parte determinadas por la composición en triglicéridos de las VLDL. Por tanto, concluimos que diferencias en la composición en especies moleculares de triglicéridos de los aceites de oliva virgen extra pueden ser responsables de los efectos que tienen sobre los niveles de colesterol plasmático.

Por otro lado, se profundizó en el conocimiento de los mecanismos por los que el aceite de oliva virgen extra es capaz de reducir la presión arterial en pacientes hipertensos. Se encontraron diferencias en la composición y estructura, tanto lipídica como proteica, de la membrana celular tras el consumo de aceite de oliva virgen extra, mejorando la fluidez de la membrana y la formación de proteínas implicadas en la transducción de la señal celular, que intervienen en la regulación de la presión arterial. Estos efectos fueron atribuidos a componentes minoritarios del aceite de oliva virgen extra, como pueden ser esteroides, tocoferoles o compuestos fenólicos y terpénicos. Parte de estos estudios se realizaron en una muestra de sujetos diabéticos, en los que el consumo de aceite de oliva virgen extra también redujo la presión arterial sistólica y normalizó el contenido en ácido dihomo-linoleico, un marcador de la diabetes que se encuentra anormalmente elevado en las personas que padecen de esta patología.

Todos estos resultados, refuerzan el conocimiento actual sobre las propiedades cardiosaludables del aceite de oliva virgen extra, distinguiéndolo de manera muy favorable de otros aceites de la dieta. Además, sugieren que otros componentes del aceite, y no meramente el ácido oleico, como son las especies moleculares de triglicéridos y los componentes menores, juegan papeles clave en los efectos beneficiosos del aceite de oliva virgen.

# AGROQUÍMICOS BORREGO



## Instalaciones de Riego

## Distribuidor Oficial de Pellenc Ibérica

**Disponemos de una amplia gama de productos**

**Agroquímicos   Fertilizantes   Ferrería Agrícola**



**AGROQUÍMICOS  
BORREGO, S.L.**

**INSTALACIÓN DE RIEGOS - FERRERÍA AGRÍCOLA - FERTILIZANTES**

*Rafael Borrego González*

**INGENIERO TÉCNICO AGRÍCOLA**

---

Pol. Ind. Santa Bárbara, Naves 2 y 3    Tlfonos. 95 401 18 52 - 610 31 09 34  
Camino de los Viñazos, nave 10    41580 **CASARICHE** (Sevilla)  
E-mail: [agroquimicos@agroquimicosborrego.com](mailto:agroquimicos@agroquimicosborrego.com)    <http://www.agroquimicosborrego.com>





*“Es importante dejar los localismos a un lado y desarrollar proyectos comunes”*

**D.O.: ¿Qué supone el sector olivarero para el desarrollo de El Rubio?**

J.B.: Es fundamental para nosotros; más del 50% de las familias viven del aceite, aunque tenemos otras industrias. En la actualidad, la inmensa mayoría de los habitantes de El Rubio vive del aceite y sectores relacionados con éste, como fábrica de envases,... Es un sector que supondría un desastre si desapareciera.

**D.O.: ¿Qué significa para usted la Denominación de Origen Estepa?**

J.B.: Es un punto de unión para las comarcas de Estepa y Puente Genil; tratamos de hacerlo en otros sectores como Mancomunidades y Consorcios. Es importante dejar los localismos a un lado y desarrollar proyectos comunes. Se trata de unir fuerzas y dar a conocer uno de nuestros mejores productos.

**D.O.: ¿Cree usted que la entidad está consiguiendo que todas las localidades de la comarca sienten la D.O.**

**como un proyecto “de todos y para todos”?**

J.B.: Por los comentarios que me llegan de los agricultores, de la calle, ..., la gente está sintiendo como suya la Denominación de Origen. Le da fuerza y calidad a nuestro aceite de oliva virgen extra. La gente sabe que es de todos y para todos.

**D.O.: El aceite de oliva virgen extra está consolidado como producto saludable, ¿qué tipo de iniciativas se llevan a cabo en su localidad para fomentar un estilo de vida saludable?**

J.B.: Estamos haciendo talleres con productos ecológicos, a través de asociaciones. Además, realizamos actividades para concienciar de la necesidad del ahorro de agua, y otras como las marchas en bicicleta; con el aceite de oliva virgen extra, a través de la cooperativa, se están haciendo desayunos con los escolares.

**D.O.: El consumo de aceite de oliva virgen extra está creciendo por encima de otros tipos de aceite; ¿Podría decirnos cuál consume usted normalmente?**

J.B.: Siempre he consumido Virgen Extra de Oleoestepa, y para mí no hay otro.

**D.O.: Conocemos la existencia de infinidad de creencias sobre el uso sobre el aceite de oliva virgen extra, ¿conoce usted alguna curiosidad sobre el “zum de aceitunas”?**

J.B.: Bueno, he crecido con la creencia de que sirve para curar heridas y limpiar el estómagos, entre otros usos.

## La Cata de Juan Bautista



### Arbequino API

“Me gusta esta variedad de aceite de oliva virgen extra, aunque estoy acostumbrado a otros menos suaves y menos dulces. Lo usaría para determinados platos.”



### Selección API

“Esta variedad también resulta exquisita. Al principio es suave, aunque después incrementa su amargor y picor en la boca. Le encuentro similitud con la variedad Hojiblanca.”



### Estepa Virgen

“Se nota que es en su mayoría Hojiblanca. Este sabor es el característico de los virgenes extra de nuestra tierra. Tiene fuerza, y me gusta mucho por su amargor y picor. Es mi preferido.”



**L**a Cooperativa Ntra.Sra de la Paz fue constituida como sociedad cooperativa andaluza en 1985, y cuenta actualmente con 367 socios; sus instalaciones están divididas en dos líneas: la de verdeo con capacidad de 1.800.000 K de aceitunas y la de molturación

**D.O.:**La campaña ha comenzado hace pocas semanas y está en plena evolución. ¿Podría decirnos qué cantidad de aceite de oliva virgen extra espera producir para esta campaña?

A.R.: Se espera inferior a la 05/06; calculamos un 25% menos de producción de aceite. Además, está influyendo que el rendimiento es más bajo que el pasado año. Esto supone que en nuestra cooperativa se producirán aproximadamente 750.000 k de aceite de oliva virgen extra.

**D.O.:**¿Tiene algún dato sobre la calidad de los aceites de oliva virgen extra que se están empezando a producir?

A.R.:La calidad del aceite de oliva virgen extra de esta campaña está siendo buena; es similar o superior a la de la pasada campaña, que ya fue de extraordinaria calidad.

***“La trazabilidad permite ofrecer al consumidor una seguridad alimentaria total”***

**D.O.:**Su cooperativa se caracteriza por contar con una trazabilidad total, ¿qué le aporta este método de producción al aceite de oliva virgen extra que se obtiene?

A.R.:La principal aportación de la trazabilidad es la posibilidad de conocer la procedencia de todas las partidas de aceituna, lo que permite ofrecer al consumidor una seguridad alimentaria total, uno de nuestros principales objetivos junto al cuidado del medio ambiente. Durante el proceso sabemos en cada momento en qué situación se encuentra la aceituna, desde el olivo hasta la bodega conocemos a la perfección qué pasos ha dado y en qué condiciones.

y bodega con una capacidad de 4.000.000 k de aceituna, alrededor de 800.000 k de aceite de oliva virgen extra. Produce con un sistema de trazabilidad total y además, comienza a ser una parada frecuente para los miles de visitantes que recibe Estepa cada año.

**D.O.:**¿Qué le aporta al consumidor? ¿Cree usted que éste valora este tipo de métodos de producción a la hora de elegir entre una marca y otra?

A.R.: Creo que el consumidor no ha asumido ni valora métodos de producción como la trazabilidad, que le aportan un valor importantísimo, la seguridad alimentaria. Actualmente desconocen incluso las diferencias entre los tipos de aceite, que es el primer paso que deben dar.

**D.O.:**Recientemente, su cooperativa firmó un convenio con el Ayuntamiento de Estepa y la D.O.Estepa para recibir visitas turísticas en su cooperativa. ¿Cuál está siendo el resultado de este acuerdo?

A.R.:El resultado es satisfactorio; estamos recibiendo visitas, enseñando las instalaciones y explicando a todos los procesos de producción. Se están dando muestras de aceite de oliva virgen extra al visitante e información sobre nuestra Denominación de Origen.

**D.O.:**¿Cuál es la procedencia de los visitantes que está recibiendo la Cooperativa Ntra.Sra. de la Paz?

A.R.:La procedencia de los visitantes es mayoritariamente andaluza, aunque hemos recibido también a griegos, franceses, chinos, ingleses y americanos. El interés por nuestro aceite de oliva virgen extra llega mucho más allá de nuestras fronteras.

**D.O.:**¿Cree que el proyecto que han puesto en marcha junto a la D.O.Estepa supondrá una mayor notoriedad para nuestro producto máspreciado?

A.R.: Sin duda. Es una iniciativa muy pedagógica y está dando resultados positivos muy rápidamente.





**L**a Cooperativa Arbequisur fue constituida como sociedad cooperativa andaluza en el año 2000, cuenta actualmente con 64 socios y fue pionera en el cultivo del arbequino en la comarca.

**D.O.: ¿Por qué se inició en la profesión de maestro de almazara? ¿Qué es lo que más le gusta de ella?**

J.M.: Me inicié en la profesión por mi afición a la mecánica; cuando surgió la posibilidad de aplicar esos conocimientos a la elaboración de un producto tan exquisito no lo pensé dos veces. Lo que más me gusta es que obtenemos un producto maravilloso con un trabajo de equipo, de todos los que participan en el proceso.

**D.O.: ¿Por qué surgió la idea de la creación de Arbequisur?**

J.M.: La idea surgió por los problemas que encontraban un grupo de agricultores para molturar su arbequina y obtener la calidad que querían. Como nadie les aseguraba la máxima calidad, decidieron crear Arbequisur y obtenerla por ellos mismos. En su momento fue un paso muy innovador.

**D.O.: ¿Qué diferencia existe entre la arbequina y las demás variedades de aceituna?**

J.M.: La principal diferencia, bajo el punto de vista del maestro, es que la arbequina necesita más cuidado en el

proceso de molturación, por la dificultad de separar la fase líquida. Además, el aceite de oliva virgen extra arbequino tiene un frutado y aroma diferentes, además de ser más agradable en boca que otras variedades.

**D.O.: ¿Esperaban obtener tantos premios como los que han recibido?**

J.M.: Para nosotros era algo inesperado. Trabajamos para obtener la máxima calidad, pero nunca pensamos que obtendríamos tanto reconocimiento. Los premios son un incentivo para seguir mejorando, y para ello trabajamos todos los que integramos Arbequisur, desde el agricultor al presidente, pasando por el maestro.



**D.O.: ¿Conoce alguna anécdota que haya ocurrido en la almazara?**

J.M.: La anécdota es que recibimos muchos pedidos de personas a las que el médico les ha recomendado aceite de oliva virgen extra arbequino. Es curioso, pero hay médicos que están recomendando especialmente esta variedad.



**Arbequina**

**Conocida igualmente como “Blancal” y “Arbequín”, su nombre proviene de la zona de “Arbeca” (Lleida). De pequeño tamaño, resistente al frío y la sequía. Proporciona un aceite de extraordinaria fragancia, suave, fluido en boca y flavor a hierba recién cortada.**



## Ingredientes

300 grs. De tomates cherry / 1 Lechuga Mediana

200 grs. De queso fresco de cabra

200 grs. De langostinos cocidos

1 docena de huevos de codorniz cocidos

1 Yogurt y 2 cucharadas de miel

1 cucharada de ajonjolí

Aceite de oliva virgen extra de D.O. Estepa

Vinagre y Sal

## Preparación

En una fuente amplia se coloca la lechuga limpia y cortada en tiras muy finas; sobre ésta se depositan los tomates lavados y cortados por la mitad, se aliña con sal, vinagre y aceite de oliva virgen extra. A continuación, se corta el queso en dados y los langostinos cocidos por la mitad (si son pequeños se dejan enteros). Todo esto se deposita sobre la ensalada. Se bate el yogurt para ponerlo un poco líquido y se rocía por encima; a continuación se le agrega la miel dejándola caer formando hilos.

Finalmente se decora con los huevos de codorniz cocidos y cortados por la mitad, esparciendo las semillas de ajonjolí (semillas de sésamo) por encima. Se debe servir en el mismo momento que se termina, para que quede más vistosa.

**Nota:** El yogurt debe ser natural, pues la miel, le dará dulzor. Esta ensalada debe servirse fría (sin permanecer demasiado tiempo en el frigorífico); si no es de su gusto, se puede sustituir el ajonjolí por orégano u otra planta aromática.

Buen Provecho

## CONCURSO ■ ■ ■



La ilustración corresponde al cuento elaborado por la D.O.Estepa “La Historia del Aceite de la D.O.Estepa”; en este número queremos que nos demuestres tu talento enviándonos tu dibujo, basado en el aceite de oliva, al Aptdo. de Correos 181 de Estepa (Sevilla) con tus datos personales. Los participantes entrarán en el sorteo de una caja de 4 Latas de Aceite de Oliva Virgen Extra de la Denominación de Origen Estepa.

**El ganador del anterior concurso**

**Susana Baena Porras (Puente Genil)**



Catálogo de **regalos** noviembre 2006-julio 2007



lo más nuevo en

# Ocuma+7



sólo con las tarjetas de Caja Rural



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



**CAJA RURAL**  
DEL SUR



**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.

