

intenso frutado



Nº 27 - Mayo 2014

Revista trimestral de la Denominación de Origen Estepa



UNA FIESTA EXCELENTE

CARLOS SÁNCHEZ LAÍN RECIBIÓ EL GALARDÓN OLEOESTEPA 2014 EN LA XVI FIESTA COMARCAL

GASTRONOMÍA

Presentamos el libro de recetas
"Salmorejos Extravírgenes"

Reportaje sobre todo lo acontecido

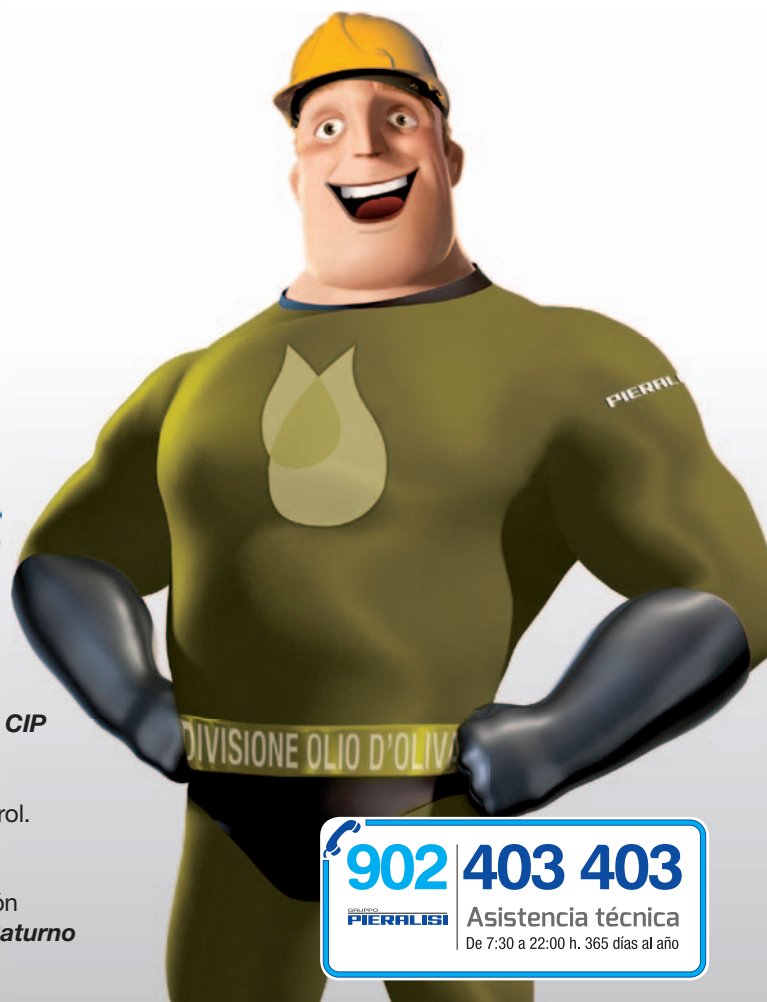
en esta edición del evento
XVI FIESTA COMARCAL

PREMIOS

Oleoestepa vuelve a conquistar
premios en todo el mundo

Plutone, Marte y Saturno, los SUPERSEPARADORES

El sistema de lavado automático Mister CIP está ahora integrado en el panel de control con PLC



AHORRAN TIEMPO Y DINERO EN LA ALMAZARA

No requieren costosas paradas de máquina. El **sistema patentado Mister CIP** permite lavar los platos internos del tambor sin interrumpir la producción, con la máquina en movimiento y sin tener que desmontar el tambor.

Mister CIP se puede activar en cualquier momento desde el panel de control.

SON AMIGOS DEL MEDIO AMBIENTE

La separación se produce sin agregación de agua y por tanto sin producción de agua contaminante. Por otra parte, los separadores **Plutone, Marte y Saturno** consumen menos energía eléctrica a igual cantidad de aceite tratado.



SEDE CENTRAL

C/ Burtina, 10, PLAZA

50197 ZARAGOZA (España/Spain)

Tel. +34 976 466 020 - Fax +34 976 732 816

Fax sección técnica y post-venta: +34 976 515 330

e-mail: info.spain@pialisi.com



GRUPPO

PIERALISI
INNOVADORES POR PASIÓN

www.pialisi.com



DELEGACIÓN SUR

Parque Tecnológico y Científico Geolit

Avda. de la Innovación, manzana 41

23620 MENGÍBAR (Jaén)

Tels. +34 953 284 023 - +34 953 280 866

Fax +34 953 281 715 / e-mail: jaen@pialisi.com

**CUANDO POR LOS AÑOS NO PUEDAS CORRER, TROTA; CUANDO NO PUEDAS TROTAR, CAMINA; CUANDO NO PUEDAS CAMINAR USA UN BASTÓN.
¡¡PERO NO TE DETENGAS!! . HÉCTOR ÁLVAREZ.**

Nuevo número de Frutado Intenso en unos tiempos como los actuales marcados por el habitual discurso de la aceleración y el cambio. Mudanzas en muchos frentes en lo político, en el ministerio de agricultura, en la trascendental PAC, en la desaparecida Agencia del Aceite de Oliva, hoy Agencia de Información y Control Alimentario, en lo agronómico con la consolidación de unas cifras que no muy tarde nos van a acercar a los 2 millones de kg de aceite producidos por nuestro propio país, España.

Permutas también y muy importantes en lo económico, Deoleo, Dcoop. Fondo CVC y no podemos olvidar el escenario del consumidor, desgraciadamente poco formado, bombardeado por una publicidad “no siempre ética” y que tiene actualmente como referente principal el factor precio.

En este escenario de modificaciones y alteraciones es donde toca jugar. En la reciente XVI Feria Comarcal del Aceite de Oliva Virgen Oleoestepa, por cierto de enorme éxito de participación y contenido, desde aquí nos unimos y felicitamos a los organizadores, dos podrían destacarse como ideas fundamentales de este nuevo escenario en lo que a nuestro sector le toca asumir, la necesidad de posicionarse, de diferenciarse y de innovar por un lado, y por otro el de ofrecer un producto sano, saludable y seguro alimentariamente hablando.

CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA, DIFERENCIACIÓN Y SINGULARIDAD son conceptos que cualquier lector de estos editoriales habrá podido notar como elementos machaconamente repetidos por cruciales en este pequeño espacio editorial.

¿Pero qué sucede cuando estos cuatro elementos se tienen y además con reputada fortaleza? Ese es el “quid” de la cuestión, quizás tengamos nosotros la necesidad de pararnos, reflexionar y decidir cuál va a ser el camino que debemos tomar, nuevo o no modificado o enriquecido o no.

En ello estamos, desde el Consejo Regulador animamos a todas nuestras instituciones a que hagan el ejercicio de reflexión, sin miramientos localistas e individualizados, aquí se ha conseguido un proyecto de éxito empresarial, una isla en un atormentado y voraz océano. Pero no debemos autocomplacernos, ya que cada día son más variadas y complejas las alteraciones que de ese océano llegan. Finalmente, aunque la campaña continúa quisiéramos manifestar desde estas palabras la felicitación a todos los olivareros de nuestra Denominación de Origen Protegida Estepa por la muy buena campaña agrícolamente hablando, pues las cifras de productividad y de calidad son espectaculares.

4 CALIDAD

Álvaro Olavarria, Director Gerente de Oleoestepa, habla de la necesidad del análisis sensorial para la excelencia y puesta en valor 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

14 NUEVO LIBRO

Presentamos el libro de recetas “Salmorejos Extra-virgenes”, una obra con 30 originales salmorejos del chef Juan José Ruiz



26 CARLOS SÁNCHEZ LAÍN

Entrevistamos a Carlos Sánchez Laín, que ha sido Director de la Agencia del Aceite de Oliva y que ha sido recientemente premiado por Oleoestepa con el galardón 2014 dentro de su Fiesta Comarcal



16 XVI FIESTA COMARCAL DEL ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

Oleoestepa celebró su XVI Fiesta Comarcal con la presencia de Susana Díaz, Presidenta de la Junta de Andalucía. Durante el evento hubo interesantes conferencias y se entregaron los premios a la calidad de sus aceites.





Necesidad del análisis sensorial para la excelencia y puesta en valor del aceite de oliva virgen extra

El análisis sensorial debe existir hasta la obtención de un método científico que pueda sustituirlo y debe continuar siendo exigido en la normativa internacional.

Nota: Ponencia presentada por Álvaro Olavarria, Director Gerente de Oleoestepa, en la XXXV Asamblea del Instituto de la Grasa en Sevilla.

El cultivo del olivo, producción y comercio de las aceitunas y aceites de oliva es una actividad económica que debería remunerar a toda la cadena productiva. Sin embargo, como en otras muchas actividades, no siempre ha sido así y menos hoy.

Todos los participantes de esta cadena de valor oleícola legítimamente quieren hacer rentable el eslabón o eslabones en los que se encuentra su actividad. El concepto competitividad empresarial y todo lo que conlleva: eficiencia, calidad normalizada, calidad percibida y especialmente peso y notoriedad de la marca, permite o no aportar valor y con ello hacer rentable la actividad. Pero hay un elemento clave que puede dificultar la libre competencia y por ello condicionar el

resultado económico en el comercio del aceite de oliva, y no es otra cosa que las normas o ausencia de éstas que regulen las denominaciones de las diferentes calidades y su control en los mercados de todo el mundo.

Con el interés sólo de señalar los hitos más relevantes en la normativa reguladora de las denominaciones y calidades de los aceites de oliva, bien en España o en la UE en los últimos 100 años, me atrevo a destacar algunos de ellos y otros hechos anecdóticos que apoyen la necesidad de una legislación única internacional:

Desde la época más remota de los primeros comerciantes, como es de imaginar, la calidad de los alimentos se medía exclusivamente por sus

propiedades sensoriales, (olor, gusto, apariencia, color, viscosidad, tamaño y forma, etc.) ¿qué otra cosa había para medirla? Gustaba o no gustaba, así de sencillo.

En 1.923 D.José M^a Lamo de Espinosa y de la Cárcel, Cónsul de España en Nápoles desde 1.919 a 1.923, abuelo de D.Jaime Lamo de Espinosa, quien fuera Ministro de Agricultura en España entre 1.978 a 1.981, escribía en un breve cuaderno técnico para el Centro de Información Comercial del Ministerio de Estado, publicación que ha editado la Denominación de Origen Estepa y recomendando su lectura, que en Italia en aquellos entonces se carecía de términos generales para designar los diferentes tipos de aceites. Las transacciones comerciales se

realizaban con arreglo a las diversas clasificaciones locales, originándose una gran confusión en las operaciones comerciales, especialmente con el extranjero. Ya se hablaba que donde se habían generalizado las modernas técnicas extractivas del aceite de oliva, que eran en las zonas del norte de Italia y con explotaciones olivareras menos fragmentadas, las calidades obtenidas eran mejores, de lujo y alcanzaban elevados precios en el extranjero.

Afirma el Sr. Lamo de Espinosa que a partir de ese momento, tras la primera gran guerra comienza un desarrollo del comercio de los aceites de oliva italianos y se obtienen grandes beneficios en la actividad, según las calidades envasadas. Escribía que los aceites de semilla por aquella época apenas tenían importancia en el consumo de los hogares italianos, y mucho menos los años de cosechas importantes de aceites de oliva, pero que con el aumento del consumo y malas cosechas en el olivar tras la primera guerra mundial, más la intervención del Gobierno para requisar los aceites y fijar precios únicos para las diferentes ca-

lidades, “obligados por la necesidad” se comenzó a difundir las mezclas de aceites de oliva y semillas. Es simpático el apunte que hace el Cónsul sobre estas mezclas, para obtener mejor resultado en la calidad de los mismos al corregir defectos, y lo explica con el mismo procedimiento empleado para los vinos, para conseguir con el conocimiento del enólogo un perfil definido del agrado de los consumidores. Finaliza diciendo que “... puede aceptarse en el comercio de aceites siempre que las mezclas se efectúen prudencialmente a los fines indicados y no para engañar la buena fe del consumidor”.

Con motivo de la publicación en 1.926 de las ponencias y otras informaciones del VII Congreso Internacional de Oleicultura celebrado en Sevilla en Diciembre de 1.924, la Cámara Oficial Agrícola de Córdoba publicaba un anuncio pronunciándose contra las mezclas de aceite de oliva con los de semilla y precisamente se refería a un Congreso celebrado en la ciudad Italiana de Bari donde también los olivereros de aquel país advertían de este peligro de las mezclas. Precisamente en este Congreso se facilitaba interesante información sobre el comercio internacional y la denominación de los aceites de oliva que entonces aplicaban, como en el caso de Estados Unidos que en aquellos años ya importaba 35 millones de kilos y tenían dos partidas en los aranceles de aduanas: “Aceite de oliva para manufacturas o mecánica” y “Aceite de oliva comestible” y los preferían poco densos, de color “ambarados claros” y con poco olor a frutos. Y en este país se permitían desde entonces las mezclas con aceites de algodón. Sin embargo para Francia las partidas arancelarias eran “Aceites fijos puros de oliva destinados a la jabonería” y “Aceites fijos puros de oliva, otros”. Se permitían las mezclas con otras grasas siempre que se indique en la etiqueta. En dicho Congreso se proponía al Instituto Internacional de Agricultura unificar la nomenclatura de la estadística de comercio en las siguientes partidas:

- Aceite puro de oliva para uso comestible
- Aceite de oliva para usos industriales y otros.

En España como en Italia, ocurría algo parecido y el aceite de oliva se controlaba en las transacciones comerciales, y no siempre, tan sólo midiendo la acidez. Había otras determinaciones que se hacían rara vez a los aceites como el índice de yodo, de saponificación, de refracción, que de manera muy básica controlaban la pureza y calidad de los aceites.

En la primera década del siglo XX en España se consumía una media de 195.000 Tm., aumentando a 267.000 Tm de media anual en el periodo 1.920 a 1.930. En 1.934 se crea por Decreto el Servicio de Inspección, Vigilancia y Regulación de las Exportaciones (SOIVRE). Entonces el aceite de oliva era el segundo producto más exportado de España.

El primer Convenio Internacional del Aceite de Oliva y de las Aceitunas de Mesa se aprobó el 17 de Octubre de 1955 tras la ronda de negociaciones convocada en Ginebra por el Secretario General de Naciones Unidas, y en uno de sus apartados de normalización del comercio internacional de los productos oleícolas se quiere avanzar en la cooperación en materia de análisis fisicoquímico y sensorial que permitan el control de la calidad de los productos, intercambios internacionales equitativos, la protección de los derechos de los consumidores y la prevención de las prácticas fraudulentas, para ello se invita a los estados miembros a armonizar las legislaciones nacionales e internacionales para la comercialización de estos productos.

Por primera vez y gracias a este Convenio la denominación “aceite de oliva” quedará reservada al aceite extraído exclusivamente de la aceituna, sin mezcla alguna de aceite procedente de otro fruto o semilla oleaginoso.

Desde la época más remota de los primeros comerciantes, como es de imaginar, la calidad de los alimentos se medía exclusivamente por sus propiedades sensoriales, (olor, gusto, apariencia, color, viscosidad, tamaño y forma, etc.)

Del año 1966 es el Reglamento 136/66 de la CEE por el que se establece la organización común de mercados en el sector de las materias grasas. Era muy importante el comercio entre la CEE y países productores como España, pues pensemos que en aquel entonces la Comunidad era deficitaria en aceite de oliva del orden de un 20% a 30%, hasta el año 1981 que se incorpora Grecia y alcanzó un grado de abastecimiento de casi un 95%. Pues en el artículo 35 de este Reglamento se definen las denominaciones de los aceites de oliva y de los aceites de orujo de oliva. En el grupo de los vírgenes encontrábamos: Aceite de oliva virgen extra, aceite de oliva virgen, aceite de oliva corriente y aceite de oliva virgen lampante. La diferencia entre estas categorías era exclusivamente el contenido en acidez.

En España la primera reglamentación de aceites comestibles estableciendo normas de calidad y pureza data del año 1968 y fue refrendada por la desaparecida Comisaría General de Abastecimientos y Transportes. Posteriormente y tras el problema del aceite de colza desnaturalizado en España en el que terminaron afectados más de 20.000 personas y fallecieron más de 300 personas, se aprueba el Real Decreto 308/1983 de la Reglamentación Técnico Sanitaria de Aceites Vegetales. En esta reglamentación tampoco se avanzó mucho en diferenciar las calidades de aceites de oliva que se podrían encontrar en el comercio, así recogía en las características que deberían reunir los distintos tipos de aceites de oliva que el olor y sabor tenían que ser “Normales, con aromas propios y característicos, sin acusar rancidez...”

Los aceites de oliva en la medida en que han estado muy intervenidos en el último siglo, en unas ocasiones para garantizar un producto básico en épocas de escasez y necesidad (en España desde 1.939 a 1.951) y en otras para hacer frente a la abundancia y regular los excedentes mediante los sistemas

Propongo que todo lo que decidamos sobre las normas y métodos de control y clasificación de los aceites de oliva, sirva para favorecer el mayor consumo de aceite de oliva en el mundo y hacerlo poniéndolo en valor

de intervención, en una primera época por los Estados y posteriormente por la UE, y como los precios se fijaban sólo por la acidez, no sólo no se incentivaba la calidad sino que se hacían mezclas de diferentes calidades buscando no sobrepasar determinada acidez para conseguir el mejor precio.

Más cerca en el tiempo, hace 31 años se celebraba en Jaén la primera Feria Nacional (hoy internacional) Monográfica del Aceite de Oliva e Industrias Afines, Expoliva 83, y en su Simposio Científico Técnico en la tercera ponencia, el profesor e investigador del Instituto de la Grasa de Sevilla D.Rafael Gutierrez González-Quijano finalizaba la misma, que versaba sobre “Normalización y Tipificación de la Calidad”, resaltando la urgente necesidad de objetivizar la forma de medir los parámetros sensoriales y advirtiéndole que “a toda la economía generada a partir del olivar le convendría que sus aceites fuesen valorados y pagados con mayor justicia en relación con sus caracteres organolépticos, única posibilidad de diferenciación con otros aceites competitivos, que puede ser fácil, e inmediatamente apreciada por el consumidor capaz de estimular su demanda”.

Por último en 1987 y tras más de 5 años de trabajos, el Consejo Oleícola Internacional adoptó el Método para la valoración organoléptica del aceite de oliva virgen, que fue introducido en la reglamentación comunitaria a través del Reglamento nº 2568/91 relativo a las características del aceite de oliva. Además de establecer la clasifi-

cación de los distintos tipos de aceites de oliva, las características de calidad y pureza que deben reunir éstos, establece para los aceites de oliva vírgenes el método de valoración del análisis de sus características organolépticas, realizado por un panel de catadores. Hubo que esperar hasta el año 1.991 para que se regulara que las diferencias entre los aceites de oliva vírgenes extras y vírgenes no solamente estaban en su contenido en acidez, sino también en el olor y sabor, y que éstos pudieran contener defectos no detectados mas que a través del análisis sensorial.

Por tanto en este resumen de casi 100 años vemos, que con el desarrollo del comercio del aceite de oliva se hizo necesario unificar las denominaciones del aceite de oliva y definir sus características, para alcanzar, como recoge los objetivos del referido Convenio Internacional del Aceite de Oliva, asegurar entre los países productores y exportadores de aceite de oliva una competencia leal y garantizar a los consumidores la entrega de una mercancía que sea conforme a lo estipulado en los contratos.

Desde los últimos 15 años el comercio de aceite de oliva virgen extra crece continuamente. Muchos de los mercados emergentes, en su mayoría de terceros países, se han hecho exclusivamente con esta categoría, no admitiendo otro etiquetado diferente.

Del total de las exportaciones realizadas por España más del 75 % se expiden como aceite de oliva virgen extra.

Debemos preguntarnos de dónde sale esa cantidad de virgen extra de España, cuando las estimaciones más optimistas consideran que escasamente se alcanza el 40% de la producción en esta categoría.

Recientemente en Mayo del año 2011, la Interprofesional del Aceite de Oliva Español encarga a una importante consultora elaborar un Código de la Excelencia para el sector del aceite de oliva, con el fin de alcanzar los siguientes objetivos:

- Velar por ofrecer al consumidor un alimento saludable con las máximas garantías de calidad y seguridad
- Incrementar el consumo de los aceites de oliva a nivel mundial
- Fortalecer e incrementar la presencia del aceite de oliva español en los mercados nacionales e internacionales

En el diagnóstico que se hace para este trabajo del sector en base a la entrevista que se realizaba a los 25 agentes expertos seleccionados se concretan 16 puntos que centran la atención y preocupación de los mismos, de los cuales siete puntos tienen que ver con la calidad: desodorización, mezcla de aceites, subjetividad del panel de cata, escaso control de la calidad del producto, ineficiencias en la analítica y métodos actuales, a quién compete la responsabilidad de la calidad del producto y pesticidas.

El estudio con los resultados y sus recomendaciones quedó guardado en un cajón hasta hoy. Las razones que llevaron a no continuar con las recomendaciones las desconozco, pero las puedo imaginar.

Hoy buena parte del sector pide que se elimine el análisis sensorial por la subjetividad y se busquen métodos alternativos o complementarios para clasificar los aceites de oliva vírgenes

en sus dos categorías existentes: Aceite de oliva virgen extra y aceite de oliva virgen.

Para finalizar y considerando que todos estamos de acuerdo con las siguientes máximas, propongo:

1. Todo lo que decidamos sobre las normas y métodos de control y clasificación de los aceites de oliva, sirva para favorecer el mayor consumo de aceite de oliva en el mundo y hacerlo poniéndolo en valor, asegurando una leal competencia entre todos los actores del sector y pensando en proteger los intereses de los consumidores
2. En mercados libres, no sujetos a intervenciones o actuaciones ocultas, los productos valen según la demanda y oferta del mismo. Afortunadamente la demanda de aceite de oliva virgen extra hoy en los mercados es muy superior a la oferta, atendándose desgraciadamente la deficiencia de esta calidad con otras de inferior calidad, en lugar de como sería lo deseable con un aprecio económico.
3. La defensa de la calidad del aceite de oliva, el reconocimiento a sus propiedades gustativas y gastronómicas y la consolidación de su imagen, sólo pueden basarse en el respecto de la normalización de este producto, que debe ser clara y la aplicación de los métodos analíticos adoptados en el plano internacional que deben ser lo más objetivos posibles.
4. El análisis sensorial es una herramienta sin la cual no detectamos defectos de los aceites que desmentirían al adjetivo extra, que nos indica que es superior a lo normal, y a la fecha no hay método alternativo. Por tanto hasta la obtención de un método científico que pueda sustituirlo, debe continuar siendo exigido en la normativa internacional.

5. El compromiso con el consumidor, valorizador último del aceite de oliva, con la calidad indicada en la etiqueta debe ser hasta la fecha de consumo preferente. Su incumplimiento es un fraude y daña enormemente la imagen del producto afectándonos a todos.
6. Debemos ser más generosos con aportaciones a la interprofesional del aceite de oliva español, a través de la tasa de la extensión de norma, para promocionar internacionalmente sus bondades y sabor, sin olvidar la formación de los consumidores para que sepan qué elegir.
7. Ante la disyuntiva del sector sobre el análisis sensorial para etiquetar un aceite de oliva virgen como extra, algunas empresas y sus marcas hemos comenzado a promover un estándar de calidad más alto que la recogida en la normativa actual vigente. Hemos creado un sello denominado siqev que garantiza a los consumidores una calidad virgen extra hasta la fecha de consumo preferente. Esto debería ser norma en la calidad virgen extra y no un movimiento voluntario.
8. Las marcas son las que se posicionan y crean valor y los consumidores quienes así lo perciben y están dispuestos a pagar por ello. No queremos intervencionismo en un mercado libre, pero tampoco competencia desleal.
9. Crear una categoría Premium no puede ser una alternativa, pues la confusión al consumidor aumentaría, no entendiendo entonces que significaría aceite de oliva virgen extra.
10. El sector del aceite de oliva tiene un gran futuro y para ello todos tenemos que velar por su imagen, haciendo aportaciones que hagan de él un producto de demanda y no de oferta.

En marcha la campaña- Elige Virgen Extra, Elige Salud-

La D.O.P.Estepa ha puesto en marcha la campaña -Elige Virgen Extra, Elige Salud-, proyecto creado para difundir todas las cualidades saludables que tiene el aceite de oliva virgen extra a través de encuentros con asociaciones de mujeres, consumidores y usuarios,...

El objetivo de la D.O.P.Estepa es informar, ya no solo de la calidad de un aceite de oliva virgen extra respecto a otras grasas, sino ofrecer amplios conocimientos a los participantes sobre la importancia y relevancia de incluir el auténtico zumo de aceitunas en una dieta saludable y aprovechar todos sus beneficios.

La primera parada del proyecto tuvo lugar en Osuna, donde Moisés Caballero, Secretario de la Denominación de Origen Estepa, informó a la Asociación de Mujeres de la localidad de todas las bondades del aceite de oliva virgen extra.

El encuentro, que contó con medio centenar de asistentes, despertó un gran interés entre las personas que participaron ya que desconocían realmente todas las virtudes que tiene el virgen extra.



La D.O.P.Estepa recibe el premio AEMO 2014 a la difusión de la cultura del aceite y del olivo

La Denominación de Origen Estepa ha sido galardonada con el premio AEMO 2014 a la difusión y promoción de la cultura del olivo por la Asociación Española de Municipios del Olivo, que ha querido reconocer la importancia de la puesta en marcha de la -Cátedra "José Humanes"-.

La Denominación de Origen Estepa, que este año ya celebra la II edición de la Cátedra "José Humanes", puso en marcha el proyecto para ofrecer a todos los amantes de la olivicultura la oportunidad de acercarse al mundo del aceite de oliva virgen extra desde diferentes puntos de vista: agronomía, salud, gastronomía y economía.

La Cátedra de Olivicultura José Humanes, a la que se le ha concedido el premio por suponer una estructura permanente de formación, consiste en un ciclo de conferencias en el que profesionales de prestigio abordan el olivar y el aceite desde diferentes puntos de vista, buscando siempre la mejora de la olivicultura y del conocimiento del auténtico zumo de aceitunas. A los premios AEMO se han presentado numerosos proyectos provenientes de distintos puntos de la geografía española.

Oleoestepa, gran protagonista del evento gastronómico más importante del año, Alimentaria 2014

El aceite de oliva virgen extra de Oleoestepa, que se convirtió en una de las grandes atracciones del evento, estuvo presente en su stand donde recibió a miles de visitantes



Oleoestepa ha participado un año más en uno de los salones de alimentación y bebidas más importantes del mundo, ALIMENTARIA 2014, aprovechando este evento para desarrollar un conjunto de acciones de promoción que refuercen el conocimiento de los aceites de oliva virgen extra de Oleoestepa.

Además de la instalación de un stand ubicado en el espacio Olivaria del Pabellón 3, ha destacado su participación en el evento ESPAÑA, EL PAÍS DE LOS 100 QUESOS, desarrollando un maridaje entre tres variedades del aceite de oliva virgen extra de Oleoestepa – los monovarietales de Hojiblanca y Arbequina y el Selección - y los 100 mejores quesos producidos en España.



Nuestros aceites en la Hacienda de Medina

Los aceites de oliva vírgenes extra de la Denominación de Origen Estepa fueron protagonistas en la Hacienda de Medina (Sevilla), donde Moisés Caballero, Secretario de la Denominación de Origen Estepa, ofreció una cata de sus aceites premiados como primer paso a la integración de esta actividad en el programa cultural del recinto. Además, los asistentes aprendieron cuáles son los diferentes aceites presentes en el mercado y cómo elegir un buen virgen extra.



Estuvimos en la Escuela de Hostelería de Heliópolis

La Denominación de Origen Estepa continúa fortaleciendo el proyecto "Escuela del Aceite" a través de charlas y catas guiadas para diferentes colectivos. En esta ocasión estuvimos en la Escuela Superior de Hostelería de Sevilla, donde alumnos de diferentes nacionalidades tuvieron la oportunidad de catar y descubrir los aromas y sabores de los diferentes aceites de oliva vírgenes extra amparados por la Denominación de Origen Estepa.

Gran éxito en la I Feria del Aceite de Oliva de la Costa del Sol

Nuestros vírgenes extra protagonizaron un evento donde se realizaron numerosas actividades para formar a los consumidores sobre cómo valorar un aceite



Los aceites de la Denominación de Origen Estepa y sus marcas amparadas se convirtieron en uno de los grandes atractivos de la Feria del Aceite de Oliva de la Costa del Sol, que se ha celebrado en Benalmádena entre los días 11 y 13 de abril.

El Puerto Marina de Benalmádena acogió por primera vez la Feria del Aceite de Oliva de la Costa del Sol, que contempló un amplio e interesante programa de actividades en el que la organización quiso contar con una cata de aceite de oliva virgen extra de la Denominación de Origen Estepa como uno de los momentos destacados.

Entre los más de 40 expositores, procedentes de toda Andalucía, se encontraban las marcas amparadas por la Denominación de Origen Estepa, que vieron en la primera edición de este evento una gran oportunidad para seguir difundiendo las cualidades del considerado como uno de los mejores vírgenes extra del mundo. Moisés Caballero, Secretario de la Denominación de Origen Estepa, ofreció una cata de aceite de las diferentes variedades amparadas por la entidad: Hojiblanco, Arbequino, Selección y Estepa Virgen.



La D.O.P. Estepa en ASTURPALADEA 2014

Duque de la Isla, marca amparada por la Denominación de Origen Estepa, ha conquistado el Salón Gastronómico ASTURPALADEA 2014 con la calidad de sus aceites de oliva vírgenes extra, que han deleitado con su olor y sabor a los miles de asistentes.

AsturPaladea, Salón Gastronómico de la Buena Mesa, se ha celebrado del 11 al 13 de abril en el Palacio de Congresos y Exposiciones Ciudad de Oviedo.



Nuestros aceites en las jornadas de salud de La Roda

Una vez más, el aceite de oliva virgen extra amparado por la Denominación de Origen Estepa, fue el escogido para ser uno de los protagonistas de unas de las interesantes actividades que se celebran en nuestro territorio. En esta ocasión, participantes de las jornadas de Salud celebradas por el Ayuntamiento de La Roda de Andalucía tuvieron la oportunidad de catar nuestros aceites de oliva vírgenes extra.



De izda. a dcha., ganador al Premio Mejor Aceite de la Sierra; Eduardo Pérez, Presidente de San José de Lora de Estepa S.C.A., Fernando Rodríguez Villalobos, Presidente de la Diputación; Alfredo García, Presidente de Oleoestepa, y el Diputado Antonio Conde

Oleoestepa conquista premios en todo el mundo

La marca amparada por la Denominación de Origen Estepa ha recibido en los últimos meses numerosos premios de gran relevancia nacional e internacional

Oleoestepa, entidad amparada por la Denominación de Origen Estepa, continúa siendo una de las más premiadas del mundo por la calidad de sus aceites de oliva vírgenes extra como muestran los últimos galardones obtenidos a nivel nacional e internacional.

MEJOR ACEITE DE SEVILLA

Oleoestepa ha ganado una vez más el primer premio y el accésit a los mejores aceites de oliva virgen extra producidos en la provincia de Sevilla otorgados por la Diputación Provincial de Sevilla. El primer premio ha sido otorgado a la Cooperativa de San José de Lora de Estepa, ganador de este galardón en anteriores ediciones, mientras que el accésit lo ha obtenido la Cooperativa Nuestra Señora de la Paz de Estepa.

Se trata de la decimoquinta edición

de los Premios al mejor aceite de oliva virgen extra de la provincia, situándose como el referente principal a nivel provincial y uno de los más prestigiosos galardones a nivel regional y nacional.

En la trayectoria de este premio hay un protagonista claro: Oleoestepa, que con sus más de diez años consecutivos siendo premiado, refuerza año tras año su posición de mejor aceite de oliva virgen extra de la provincia de Sevilla.

GALARDONADO EN JAPÓN

A nivel internacional, Oleoestepa ha ganado las medallas de oro y plata en los premios a los mejores aceites de oliva virgen extra en Olive Japan 2014 con su Estepa Virgen y Egregio, respectivamente.



La institución responsable de la organización de este premio en su tercera edición es la Asociación Sumilleres de aceite de oliva de Japón (The Olive Oil Sommelier Association of Japan), el referente más importante en el mercado japonés y uno de los más importantes del mercado asiático.

Estos premios suponen una gran oportunidad para Oleoestepa en su estrategia de desarrollo en el mercado japonés y todo extremo oriente, al reforzar su posicionamiento como el virgen extra con la calidad más reconocida del mercado asiático.

RECONOCIMIENTO DEL CONSEJO OLEÍCOLA INTERNACIONAL

Un año más Oleoestepa estará presente en la entrega de galardones del Consejo Oleícola Internacional, para recoger el tercer premio en la categoría de frutado medio, que ha recaído en la cooperativa Ntra. Sra. de la Fuensanta de Oleoestepa, de Corcoya (Sevilla).

El consejo Oleícola Internacional es

un órgano intergubernamental donde participan todos los países productores de aceite de oliva del mundo, siendo el premio de referencia "Mario Solinas" el concurso más importante del mundo en el sector del aceite, por los criterios y parámetros de evaluación.

GALARDONES EN LA FERIA DEL OLIVO DE MONTORO

Finalmente, Oleoestepa ha sido reconocida en la XVII Fiesta del Olivo de Montoro, donde se ha celebrado una nueva edición de los premios a los mejores aceites de oliva virgen.

En esta edición han sido las cooperativas La Purísima de Herrera y La Inmaculada de La Roda de Andalucía, integrantes de Oleoestepa y asociadas a la Denominación de Origen Estepa, las que han conseguido dos segundos premios en las categorías frutados verdes y sabor amargo y frutados verdes y sabor dulce respectivamente.

Estos premios de gran prestigio en el sector del aceite de oliva se conceden con motivo de la Feria del Olivo que

bienalmente se celebra en Montoro. En nueve de sus diecisiete ediciones celebradas han recibido galardón y reconocimiento por la calidad de los aceites de oliva virgen extra de Oleoestepa, situándose esta cooperativa de segundo grado como una de las marcas más distinguidas en este concurso.

Todos estos premios certifican una campaña más que Oleoestepa, con el aval de la Denominación de Origen Estepa, cuenta con un aceite de oliva virgen extra reconocido por los expertos como uno de los mejores del mundo.

Además, hay que destacar que la consecución de todos estos galardones, tanto a nivel nacional como internacional, abren las puertas de los diferentes mercados a una cooperativa de segundo grado que lleva más de 25 años produciendo aceites de oliva vírgenes extra de extraordinaria calidad.

De esta forma, Oleoestepa sigue ganando presencia en mercados donde, de otra forma, habría sido difícil acceder por la exigencia de éstos.



FABRICAMOS TODO TIPO
DE REMOLQUES

- * 1 EJE
- * 2 EJES
- * TIPO TANDEM
- * EN TABLEROS ABATIBLES
- * EN CAJA BAÑERA

MAQUINARIA AGRÍCOLA
G. Pérez Sánchez



Ctra. La Roda - Pedrera, Km. 1

☎ 95 401 62 35 FAX: 95 401 67 79

41590 La Roda de Andalucía (Sevilla)

Talleres y Comercial J.Quirós S.L.

especialistas en



JOHN DEERE

Venta, Servicio-Taller y Recambios



Recambios Originales John Deere

VIBRADOR P101 - P204



Concesionario Oficial - P.I.Sierra Sur - c/ Ajonjolí, 10 (Estepa)

Tel. Taller: 955 912 886 Tel.Ventas: 666 970 516 - talleresj.quirós@yahoo.es



Herbicida no selectivo de contacto

Composición

Glufosinato de amonio 15% p/v (150 g/L)

Formulación

Líquido soluble (LS)

Características

Finale es un herbicida de contacto, eficaz contra un amplio espectro de malas hierbas de hoja ancha y estrecha, tanto anuales como perennes.



Heridas causadas por desvareto manual



Tratadas con Finale



Para control de varetas de olivo

- Tiene registro para este uso.
- Realizar el tratamiento cuando las varetas tengan de 10 - 15 cm.
- Los primeros años serán necesarios varios tratamientos (nascencia escalonada), en años sucesivos con 1 ó 2 serán suficientes.
- Totalmente selectivo para el olivo, no mojando las ramas bajas.
- Si las varetas son pequeñas caen solas.
- Usar una dosis de 2,4 L/hl (400 cc en mochila de 15 L).
- Podemos también controlar las malas hierbas difíciles al pie del árbol (mezclar Etaldina 1,2 L/hl, 200 cc por mochila).



Control de hierbas difíciles (esparaguera)

PRESENTAMOS SALMOREJOS EXTRAVÍRGENES

Es el nuevo libro de recetas de la Denominación de Origen Estepa, que contiene 30 originales salmorejos elaborados por Juan José Ruiz, creador de La Salmoreteca y Chef Ejecutivo de la empresa Culinary Concepts Group.

La Denominación de Origen Estepa presentó el pasado 30 de abril, en la Casa de la Cultura de Herrera, el libro “Salmorejos Extravírgenes”, una obra gastronómica que cuenta con 30 originales salmorejos elaborados por Juan José Ruiz, creador de La Salmoreteca y Chef Ejecutivo de la empresa Culinary Concepts Group.

La presentación contó con un gran éxito de asistencia, ya que la localidad de Herrera se volcó con la Denominación de Origen Estepa y con Juan José Ruiz, creador de las recetas y oriundo de Herrera.

La Denominación de Origen Estepa ha querido en esta ocasión ampliar su biblioteca gastronómica dándole todo el protagonismo a un plato tradicionalmente andaluz, en el que además de la receta más conocida por los amantes de la gastronomía, aparecen numerosos platos que suponen una evolución del salmorejo para crear sabores que sorprendan gratamente a cualquier comensal.

Entre las recetas que componen el libro podemos encontrar: Salmorejo Tradicional, Salmorejo de Remolacha, Salmorejo de Trufas y Setas, Salmorejo de Tinta de Calamar, Salmorejo de Aguacate, Salmorejo de Naranja, Salmorejo Mejicano o Salmorejo de Chocolate Blanco entre otros.

“Salmorejos Extravírgenes” es la quinta obra gastronómica lanzada por la Denominación de Origen Estepa, tras “Los Jóvenes y el Aceite”, “Cocina de Origen”, “El Sabor de Tu Tierra” y “Sabor Extra”, que ya han sido unos éxitos de difusión e, incluso, han recibido algunos premios por su aportación a la difusión de la cultura del aceite de oliva virgen extra.



Juan José Ruiz y David Carrillo, creadores de las recetas del libro



Jesús Pedro Juárez, Presidente de la Purísima de Herrera, José María Origen Estepa, Juan José Ruiz y David Carrillo, de la Salmoreteca, Jorge Presidente de Agropecuaria de Herrera, y Manuel Manosalbas, Fotógrafo



El Salón de Actos de la Casa de la Cultura de Herrera, que presentó un lleno total para ver la presentación del libro "Salmorejos Extravirgenes"

El libro, que ya ha agotado su primera edición, estará disponible en todos los establecimientos de la "Salmoreteca" y en muchas de las entidades asociadas a la Denominación de Origen Estepa



Portada del libro "Salmorejos Extravirgenes"



Salmorejo Contemporáneo



Loring Lasarte, Presidente de la Denominación de Origen Estepa, Jorge Muriel Jiménez, Alcalde de Herrera, Manuel Núñez, autor de las recetas del libro



Salmorejo tradicional al mortero

XVI Fiesta Comarcal del Aceite de Oliva Virgen Extra

Oleoestepa volvió a realizar un homenaje a todos sus socios con la celebración de un evento emotivo donde se destacó la necesidad de continuar en el camino de la excelencia para conquistar los mercados

Oleoestepa celebró el 3 y 4 de abril su XVI Fiesta Comarcal del Aceite de Oliva Virgen Extra, que tuvo como principal objetivo defender la calidad y la valorización del aceite de oliva virgen extra frente a una parte del sector que busca la estandarización y banalización del producto, de ahí que el título bajo el que se celebraba el evento fuera “Un nuevo marco para la excelencia”.

El evento contó con la presencia de Susana Díaz, Presidente de la Junta de Andalucía, que felicitó a la cooperativa Oleoestepa por su apuesta decidida por la excelencia y la constante incorporación de valor en cada una de las fases del proceso de cultivo, producción, envasado y comercialización del aceite de oliva virgen extra.

La Presidenta de la Junta de Andalucía afirmó que “tanto desde la Presidencia como desde la Consejería se tendrá en cuenta la reivindicación de Oleoestepa de primar la calidad, la excelencia, lo cualitativo y no solo lo cuantitativo”.

Susana Díaz destacó en su intervención que “Oleoestepa es una referencia en la calidad, sois una referencia en la búsqueda de la innovación y de mayores cotas de calidad tanto en el mercado nacional como internacional”. Además, la Presidenta quiso “felicitarse a todo el tejido del olivar andaluz, que es fundamental, clave en la economía andaluza, un sector de arrastre de nuestra economía y que ha sabido competir en la economía global”.

Finalmente, Susana Díaz afirmó que “hablar de Oleoestepa es hacerlo de 4500 familias olivareñas, de cohesión social y de economía ligada al territorio, de fijar la población al territorio y hacerlo en condiciones de calidad e igualdad de oportunidades”.

NUEVO MARCO DE LA PAC

Por otro lado, durante las dos jornadas de la XVI Fiesta Co-

marcal tuvieron lugar conferencias tan interesantes como la de Carlos Cabanas, Secretario General de Agricultura y Alimentación del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, que destacó las ventajas de la reforma de la PAC “que garantiza al sector agroalimentario estabilidad y continuidad en los importes que vienen percibiendo”.

Durante su intervención señaló que “se ha avanzado en el diseño de un modelo de regionalización que minimiza los efectos negativos de la convergencia de ayudas” y destacó



Susana Díaz, Presidenta de la Junta de Andalucía, durante su intervención en la XVI Fiesta Comarcal del Aceite de Oliva Virgen Extra



Carlos Cabanas, Secretario General de Agricultura y Alimentación del MAGRAMA



Dra. Odile Fernández, autora de "Mis Recetas Anticáncer"



Jose María O'Kean, profesor de la Universidad Pablo de Olavide



Cristina Lobillo, Directora Gral. de Comercio de la Comisión Europea.

“la limitación de la superficie máxima elegible, que permitirá que la intensidad de la ayuda media en las explotaciones se mantenga a un nivel similar al actual”.

Finalmente, Cabanas explicó que los pagos se orientarán hacia una agricultura realmente activa, que permitirá mantener la actividad económica del sector agrario “generando crecimiento y empleo”.

RECETAS ANTICÁNCER

La Dra. Odile Fernández fue la encargada de cerrar la primera jornada de la XVI Fiesta Comarcal con la conferencia “Mis Recetas Anticáncer”, donde destacó la presencia del aceite de oliva virgen extra como imprescindible en una dieta para prevenir el cáncer entre otras enfermedades.

Odile, a la que en 2010 se le detectó un cáncer, decidió confiar la parte médica a sus oncólogos pero no se resignó a su pronóstico, y buscó cambios en su estilo de vida, entre ellos la alimentación. La autora del libro “Mis recetas anticáncer” ofreció un compendio de buenos consejos y recetas de vida para prevenir y tratar de curar la enfermedad.

Al hablar de la alimentación, Odile destacó que “fuera fritos, bollería, pastelería, bebidas azucaradas, refinados, alimentos procesados y carne. Hay que introducir abundante fruta, vegetales, semillas y frutos secos, intentando que todo sea ecológico, fresco y de temporada, y preparado en casa con mucho cariño. En mi alimentación abundan los zumos y batidos hechos en casa con vegetales, las ensaladas, las verduras al vapor y los guisos de legumbres.” Para finalizar, Odile afirmó que “en la alimentación de mi familia el aceite de oliva virgen extra es la única grasa que usamos para cocinar o para comer en crudo en ensaladas por sus cualidades, alto contenido en ácido oleico o su alto contenido en componentes minoritarios como fenoles o pigmentos que nos pueden ayudar a prevenir el cáncer”.

ENTORNO ECONÓMICO

Por otro lado, la XVI Fiesta Comarcal del Aceite de Oliva Virgen Extra contó con la intervención de Jose María O'Kean, profesor de la Universidad Pablo de Olavide, en la que analizó el nuevo escenario económico que se vislumbra, haciendo un alegato por el talento y la excelencia como la mejor forma de conquistar un espacio cada vez más competitivo. José M^a O'Kean afirmó que “el movimiento cooperativo me parece absolutamente relevante y, cuando aparecen cooperativas como Oleoestepa, es una muestra de que es un movimiento que, cuando se hace bien y con profesionalidad, tiene futuro y hay que seguir

desarrollándolo y que sea capaz de asumir más retos”.

En esta línea se expresó también Cristina Lobillo Borrero que, desde la Dirección General de Comercio de la Comisión Europea, ha venido a explicar las oportunidades que van a surgir con la firma del Acuerdo Transatlántico de Comercio e Inversión entre Estados Unidos y la Unión Europea. Cristina Lobillo afirmó durante su exposición que “el 90% del crecimiento del comercio de aquí a 2020 se va a producir fuera de la Unión Europea, por lo que el comercio es un tren que el sector agrario español no puede perder”.

Tras la finalización de las conferencias tuvo lugar el momento más emotivo de la XVI Fiesta Comarcal, la entrega del Galardón 2014 a Carlos Sánchez Laín, Director de la Agencia del Aceite de Oliva, desde el año 2004 hasta finales del año pasado, por su inestimable apoyo al sector



Galardón Oleoestepa 2014: Carlos Sánchez Laín junto a Alfredo García Raya, Presidente de Oleoestepa



Mejor Depósito 13-14: José Antonio y Juan Maldonado, de La Inmaculada Concepción de La Roda de Andalucía reciben el galardón de manos de Susana Díaz

del aceite de oliva y la aceituna de mesa en general, y a las cooperativas de la comarca de la Denominación de Origen de Estepa en particular.

La clausura del acto tuvo lugar con la entrega de los premios a la calidad de los aceites de oliva vírgenes extra producidos por las entidades asociadas a Oleoestepa S.C.A.. En este sentido los premios fueron los siguientes:

Mejor Bodega 11-12:

- Primer Premio: Olivarera San José de Lora de Estepa
- Segundo Premio: Ntra.Sra. de La Paz de Estepa
- Tercer Premio: Olivarera de Pedrera S.C.A.

Mejor Bodega 12-13:

- Primer Premio: Ntra.Sra. de La Paz de Estepa
- Segundo Premio: La Inmaculada Concepción de la Roda de Andalucía S.C.A.
- Tercer Premio: Olivarera San José de Lora de Estepa

Mejor Depósito 12-13:

- Arbequisur S.C.A.

Mejor depósito 13-14:

- La Inmaculada Concepción de la Roda de Andalucía S.C.A.



Mejor Depósito 12-13: Vitoriano Márquez y Victorino Vega, de Arbequisur S.C.A. junto a José Mª Loring, Presidente de la Denominación de Origen Estepa



Mejor Bodega 11-12: Manuel Borrego, Francisco Espinosa y Eduardo Pérez de San José de Lora de Estepa S.C.A. recogen el premio de manos de Susana Díaz



Mejor Bodega 12-13: Manuel Fernández y Manuel Carrero, de Ntra.Sra.de la Paz S.C.A., recogen el galardón entregado por Susana Díaz



2ª Mejor Bodega 11-12: Eduardo Fernández y Manuel Fernández recogen el reconocimiento de Caja Rural del Sur, de manos de José Manuel Rodríguez (en el centro)



2ª Mejor Bodega 12-13: José Antonio Maldonado y Andrés Montero, de La Inmaculada Concepción S.C.A., recogen el premio de manos de Jean-Louis Barjol, del COI



3ª Mejor Bodega 11-12: José Manuel Pozo, Presidente de la cooperativa Olivarera de Pedrera, recoge el premio de manos de Alfredo García, Presidente de Oleoestepa



3ª Mejor Bodega 12-13: Francisco Espinosa, Manuel Borrego y Eduardo Pérez (San José de Lora de Estepa) recogen el premio de manos Miguel Fernández, Alcalde de Estepa

XVI FIESTA COMARCAL DEL ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA



José Manuel Rodríguez (Agrosegvilla), Cristina Lobillo (Comisión Europea), Carlos Sánchez (ex-director Agencia del Aceite de Oliva) y Antonio de Mora (ASEMESA)



Álvaro Olavarria (Dtor.Gerente de Oleoestepa), Carlos Cabanas (Secretario Gral. de Agricultura y Alimentación), Alfredo García (Presidente de Oleoestepa) y Ricardo Serra (presidente de ASAJA-Andalucía)



El equipo humano de Oleoestepa S.C.A. estuvo presente en la XVI Fiesta Comarcal



Ramón Moreno, Ángela Muñoz, José Ignacio Montaña, Diego Sierra, Jerónimo Muñoz, Mari Carmen Muñoz, Magda Borrego y Eusebio Joya, de San Isidro de Gilena



Antonio Gómez, Antonio Sebastianes, Amador Valdés, Jesús Pedro Juárez, Jesús Gregorio Jiménez, Alfonso Pablo Jiménez y Francisco Canela, de la Purísima de Herrera



Felipe Gómez, Nicolás Pariente, José Manuel Pozo, Pedro Ruiz y Manuel González Luna de la Cooperativa Olivera de Pedrera



Santiago Fernández, Eduardo Pérez, Francisco Espinosa y Manuel Borrego, de la Olivera San José de Lora de Estepa S.C.A.



Salón de Actos de Oleoestepa durante la celebración de la XVI Fiesta Comarcal del Aceite de Oliva Virgen Extra



María Olmedo, Ramona Ramos, Álvaro Olavarría, Rosario Andújar, Alfredo García, Salvador Guerrero, Miguel Fernández y Antonio Pradas, algunos de los máximos representantes de los Ayuntamientos del territorio



El equipo de Caja Rural del Sur del territorio amparado por la Denominación de Origen Estepa junto a representantes de Oleoestepa, San José de Lora de Estepa y el Catedrático José Mª O'Kean

Álvaro OLAVARRÍA

El Director Gerente del grupo Oleoestepa realiza un análisis de la situación del sector del aceite de oliva y del papel que juega Oleoestepa y todas las entidades que la forman dentro del mercado de la mejor de las grasas, el virgen extra.

La situación económica de los últimos años ha sido complicada ¿cómo ha afectado a Oleoestepa y sus entidades asociadas?

La crisis nos ha afectado a todos, principalmente por la caída del consumo en general y búsqueda de alternativas de otras grasas vegetales más económicas. Pero también la crisis nos ha hecho a todos los eslabones de la cadena de valor ser más competitivos y esto es bueno para salir fortalecidos. En el caso particular del aceite de oliva la segunda mitad del año 2012 y primera mitad del 2013, por escasez de aceite en España, los precios recuperaron los niveles de los años 2005 y 2006 y esto hizo decrecer el consumo interior y la exportación, de manera que le afectó más la climatología que la crisis económica.

En este entorno, ¿Cuáles son los principales retos que deben afrontar las empresas agroalimentarias y, en concreto, el sector del aceite de oliva?

En general y para la industria alimentaria hay un informe muy interesante denominado Marco Estratégico para la Industria de Alimentación y Bebidas, preparado por la FIAB y presentado el pasado mes de marzo en el Palacio de la Moncloa ante el Presidente del Gobierno, Ministro de Agricultura, Ministra de Sanidad y otras autoridades y que se denomina “Alimentamos el Futuro” y se basa en cuatro planes operativos: de eficiencia, creación de valor, internacionalización y plan para ganar tamaño.

Para el sector del aceite de oliva en esos cuatro planes insistiría en comu-

nicación y mejora de la calidad, ambos en el plan operativo de la creación de valor, pues el aceite de oliva precisa de una mejor y más intensa campaña de comunicación a su favor en todo el mundo. Con ello conseguiremos equilibrar los balances oleícolas mundiales y hacer más rentable toda la cadena de valor

¿En qué situación se encuentra el mercado actualmente del aceite y cuáles serán las tendencias a medio y largo plazo?

El mercado continúa presentando grandes desequilibrios entre producción y consumo, y con ello marcada volatilidad en sus precios en origen, que se amortiguan en el caso de las subidas debido principalmente a la pérdida de rentabilidad o porque favo-



rezcan los cambios de moneda. Viendo la botella medio llena hay que decir que con estabilidad en los precios aumenta el consumo en los mercados exteriores y habría que consolidarlos con las campañas genéricas de comunicación antes mencionadas.

Veo dos mercados cada día más distanciados entre sí, los de grandes volúmenes muy competitivos en precio y calidad basados sólo en cumplir normativa y los mercados de calidad, diferenciación y servicio, de menor tamaño pero mejor resultado económico.

En el largo plazo soy optimista, pero tenemos que hacer los deberes a tiempo.

¿Qué análisis haría de las tendencias del consumidor respecto a las diferentes calidades de aceites de oliva?

El consumidor no puede saber de todo y en el aceite de oliva está tremendamente despistado. Tenemos

que ilusionarlos por el aceite y darles posibilidades para encontrar toda la información que demandan. El aceite de oliva virgen extra es la categoría que más crece en el comercio exterior, ha calado el mensaje de sus bondades saludables y debemos apoyarnos en sus efectos beneficiosos, su importancia social, económica y medioambiental para una buena parte de los países de la cuenca mediterránea, en definitiva un estilo de vida que ahora está muy de moda. Por el contrario la calidad aceite de oliva virgen extra en España decrece en los últimos 12 meses por su diferencial en precio con la calidad aceite de oliva virgen donde se trasladan los consumidores con menos poder adquisitivo.

Recientemente Oleoestepa ha celebrado la XVI Fiesta Comarcal del Aceite de Oliva Virgen Extra, ¿Qué valoración hace de su celebración?

Muy satisfecho por la numerosa asistencia de socios y profesionales del sector, por la actualidad y nivel de los

temas tratados en el ciclo de conferencias, por las aportaciones que hacemos al sector del aceite de oliva en general y a los socios de Oleoestepa con estas jornadas y los debates que en él se suscitan. Los objetivos se han alcanzado sobradamente y ya trabajamos en la del año 2016.

¿Cuáles son los principales factores que hacen que, año tras año, las cooperativas asociadas a Oleoestepa obtengan uno de los mejores vírgenes extra del mundo?

Obtener uno de los mejores aceites vírgenes extras del mundo tiene muy poco mérito, casi ninguno, hay premios que se conceden en diferentes certámenes con sólo un mínimo de 3.000 kg de aceite. Hay concursos donde pagando una cantidad por inscribirte tienes garantizado un diploma al menos. En Oleoestepa no participamos en ninguno de ellos y huimos de los cazapremios. Los premios ganados por nuestras cooperativas son de depósitos de 50.000 kg ó 100.000 kg.,

Ciclo de Cursos Presenciales

Regulación de Maquinaria de aplicación de Productos Fitosanitarios

Inicio: 1ª quincena de Junio

Riego y Fertirrigación de olivar

Inicio: 2ª quincena de Junio

Abono del Olivar

Inicio: 2ª quincena de Julio



Plazas Limitadas

Organizan e imparten:



Información y Matrícula:

☎ 954 027 103
c/. Médico Antonio Vilches, 6 bajo
41560 ESTEPA (Sevilla)
Fax: 954 305 431
info@targetasesores.com

pero el mejor premio es tener un 85 % de los aceites producidos calificados química y sensorialmente como vírgenes extras. Oleoestepa es la mayor empresa productora de aceite de oliva virgen extra del mundo. Esto es incuestionable y la clave está en el alto nivel de concienciación de todos sus socios, equipos de técnicos de las cooperativas y las Normas de Régimen Interno de Oleoestepa que liquida cada depósito de aceite por su calidad, medida ésta por su laboratorio y panel de catadores ambos acreditados por las normas más exigentes.



¿Qué perspectivas de crecimiento en ventas tiene Oleoestepa a nivel nacional?

Oleoestepa tiene una penetración en el mercado nacional muy importante, estando presentes en las primeras tiendas de la gran distribución, salvo en algunas que todavía se resisten a tener nuevas marcas de fabricantes y en las que estamos con marcas privadas de la cadena. Nuevamente soy optimista sobre nuestro desarrollo de marcas que ahora se verán reforzadas con un plan de comunicación y marketing que las hará más singulares frente al resto.

¿Qué supone la exportación en el total de ventas de Oleoestepa? ¿Qué acciones se han llevado a cabo en este sentido y qué queda aún por hacer?

Exportamos en torno al 50% - 60 % de nuestra producción y dependemos principalmente de los mercados de la UE de granel, pero Oleoestepa es hoy una marca muy prestigiada incluso en granel y eso se traduce en prima de precio. Estamos trabajando cada vez más en terceros países tanto granel como envasado y buscando siempre los retos difíciles, allí donde se exija y a la vez haya un mejor precio. Nos queda por consolidar mercados ya he-

chos y continuar abriendo otros tantos con nuestras diferentes marcas y esto es una tarea difícil en la que queremos hacerlo desde una estrategia de calidad y posicionamiento económico interesante.

¿Qué están haciendo para abordar mercados como en productos emergentes China o India, donde la exportación de aceite está creciendo de forma importante?

En primer lugar tener un equipo humano que conozca el país y sus costumbres, ser muy observadores y ofrecer aquellos que nos demandan, con nuestras diferentes marcas pero siempre para la calidad aceite de oliva virgen extra, zapatero a tus zapatos. Buscar un compañero de viaje en aquel país que puede ser importador, distribuidor, etc. y diseñar la estrategia para ese mercado concreto.

Como ya he dicho los crecimientos importantes de consumo de aceite de oliva vendrán desde fuera de nuestras fronteras. Oleoestepa hace ya años viene preparándose para estar cada vez más presente en otros muchos países y todo el personal de la empresa está concienciado para ello.

¿Cuál es la estrategia de Oleoestepa a nivel promocional? ¿Qué acciones tienen previstas en los próximos meses?

Una marca de peso con notoriedad es el mayor valor de una empresa, quedará protegida de las diferentes corrientes que atacan a la viabilidad de la misma. Nuestra estrategia está enfocada a potenciar nuestras marcas y la principal palanca es la máxima calidad y compromiso con el consumidor.

Las acciones que se van a llevar a cabo están definidas en un plan de comunicación y marketing que verá la luz en los próximos días y que sus efectos comenzaremos a verlos en la calle.

Por último, ¿Qué mensaje le lanzaría a los agricultores del territorio amparado por la Denominación de Origen Estepa?

Que continúen con ese esmero y cuidado que ponen en todas las tareas diarias que realizan en sus olivares para conseguir el mejor aceite de oliva virgen extra del mundo, que puede parecer un camino lento e ingrato, pero hoy ya está comenzando a dar sus frutos y muy pronto serán claros y reconocidos.

CARLOS SÁNCHEZ LAÍN HA SIDO DIRECTOR DE LA AGENCIA DEL ACEITE DE OLIVA DESDE EL AÑO 2004 HASTA FINALES DE 2013. ENTRE SUS LOGROS, QUE SON MUCHOS, HA CONSEGUIDO AGLUTINAR LOS DIFERENTES INTERESES QUE TRADICIONALMENTE IMPE-RABAN EN LOS DISTINTOS ES-LABONES DE LA CADENA DE VALOR, HACIA UNA META CLARA DE CON-SEGUIR UNA MAYOR TRANSPAREN-CIA DE LA INFORMACIÓN Y DE LOS MERCADOS.

“Tengo la mejor opi-nión de Oleoestepa, como institución con valores, seria, auto-exigente y colaborado-ra, y por la calidad de sus aceites en los que busca la excelencia.”

CARLOS SÁNCHEZ LAÍN

¿Cómo se siente tras haber sido ga-lardonado con el premio especial Oleoestepa 2014?

Pues muy agradecido a Oleoestepa, a las cooperativas y a las personas que la integran, particularmente a quienes tomaron la decisión de otorgármelo, y muy honrado por la reconocida categoría de quién me galardona y por la de las personas e instituciones que me han precedido en este honor. Y también un poco abrumado, porque creo sinceramen-te que lo recibo, más que por méritos personales, como un reconocimiento a la labor desarrollada por la Agencia para el Aceite de Oliva, a través de su equipo de profesionales, en los casi

diez años que he trabajado en ella y con ellos.

¿Cómo resumiría su experiencia al frente de la Agencia para el Aceite de Oliva?

Personal y profesionalmente ha sido una experiencia apasionante, que me ha permitido acompañar desde la Agencia al sector oleícola español en su período más brillante de desa-rrollo, en el que se ha incrementa-do considerablemente la producción agrícola con la expansión del cultivo y la aplicación de una nueva olivicul-tura; se ha completado la renovación tecnológica del parque español de almazaras con nuevos y mejores pro-





“Uno de los cambios que más impacto tuvo en la Agencia fue la implantación del régimen del pago único (RPU), aplicado a partir de 2005, porque hacía innecesarias las actuaciones de control de la producción del aceite de oliva y de la aceituna de mesa para comprobar el buen fin de las ayudas comunitarias al sector”

Carlos Sánchez Laín ha sido premiado con el galardón Oleoestepa 2014, que se le otorgó durante la Fiesta Comarcal de la entidad.

principal para el que fue creada la Agencia. Sin embargo, considero que el período posterior fue también muy fecundo en el trabajo de la Agencia, porque pudieron acometerse algunas iniciativas que han tenido una considerable trascendencia para el sector y el mercado.

En primer lugar, se consolidó el sistema de información de los mercados del aceite de oliva y de la aceituna de mesa, reforzando con ello el incuestionable liderazgo español en el sector oleícola mundial. Y, con base en ese sistema, se contribuyó desde la Agencia a la constitución y puesta en marcha de la Interprofesional de la aceituna de mesa y, un año después, se propició el arranque de las actuaciones de la Interprofesional del aceite de oliva español, que estaba constituida pero sin actividad desde 2002.

Además, diseñamos un sistema de soporte ad hoc que asegurase a cada una de ellas el cobro de las aportaciones obligatorias, conforme a lo regulado en su respectiva Extensión de norma, con las que han financiado, entre otras actuaciones, ambiciosos programas de promoción, dentro y fuera de España, y de investigación sobre los efectos saludables del consumo de las aceitunas y el aceite de oliva. Ambas organizaciones constituyen hoy el referente de todo el sistema español de integración interprofesional.

Finalmente, debo resaltar que en la Agencia, con la colaboración de la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía, elaboramos a partir de 2008 un riguroso estudio de la cadena de valor del aceite de oliva en

cesos, equipos y materiales que ha generado un incremento espectacular de la calidad media de nuestros aceites y, finalmente, en cuanto a la comercialización con la cuidadísima presentación de los aceites y aceitunas de calidad y la proyección exportadora de nuestras producciones.

¿Cuáles son los principales cambios que ha tenido que afrontar durante su

etapa al frente de la Agencia?

Uno de los que más impacto tuvo en la Agencia fue la implantación del régimen del pago único (RPU), aplicado a partir de 2005, porque hacía innecesarias las actuaciones de control de la producción del aceite de oliva y de la aceituna de mesa para comprobar el buen fin de las ayudas comunitarias al sector, lo que constituía el fin

tres campañas consecutivas para el Observatorio de precios de los alimentos. Estos estudios están hoy muy valorados y es opinión compartida que han contribuido decisivamente a clarificar el funcionamiento de la cadena en nuestro mercado interior y a identificar sus problemas y limitaciones.

Por cierto, su primera presentación pública la hicimos con motivo de la Fiesta de Oleoestepa, creo recordar que de 2010. Más recientemente, elaboramos también en la Agencia por encargo del Observatorio el estudio correspondiente a la cadena de valor del aceite de orujo de oliva que fue presentado en 2013.

es anécdota, lamentamos entonces la ausencia de una de ellas.

¿Cuál cree que es actualmente el estado de salud del sector del aceite de oliva español?

Excelente. Pero permítame que para responderle me remonte a algunas décadas. Porque quiero empezar diciendo que procedo de una familia de agricultores con una pequeña explotación con algo de olivar, a la que mis hermanas y yo seguimos dando continuidad como homenaje a nuestros padres; de manera que siempre he mantenido un modestísimo vínculo directo con el olivar, las aceitunas y el aceite. Y a

decía antes al hablar de la evolución reciente del sector, pueden imaginarse cómo valoro la diferencia sideral, en cualquiera de las facetas que podamos considerar, entre aquella terrible situación totalmente superada, aunque no olvidada, y la espléndida realidad actual de nuestro sector oleícola, por mucho que tenga aún retos pendientes que superar y los afanes y problemas propios de cada día.

Usted conoce perfectamente el modelo cooperativa de Oleoestepa. ¿Qué opinión tiene respecto a la entidad y sus aceites de oliva vírgenes extra?

Pues tengo la mejor opinión de Oleoestepa, como institución con valores, seria, auto-exigente y colaboradora, y por la calidad de sus aceites en los que busca la excelencia. Tenga en cuenta que, al contestar su primera pregunta, empezaba diciendo que me siento muy honrado con el galardón 2014 de Oleoestepa por la reconocida categoría de la institución que me lo ha concedido.

El estado actual del sector del aceite del oliva español es excelente. Quedan aún retos pendientes, pero entre el presente y lo vivido en décadas anteriores hay una diferencia sideral

¿Cree que la puesta en marcha de la Interprofesional del Aceite de Oliva ha sido su principal logro al frente de la Agencia?

No sabría decir si ha sido o no el logro principal de la Agencia, pero desde luego a quien verdaderamente le corresponde el logro es al sector y lo valoro como un gran logro. Desde la Agencia contribuimos, propiciamos o impulsamos y apoyamos, pero los objetivos comunes y el compromiso de alcanzarlos fue de todo el sector. A este respecto, recuerdo que la propuesta formal al Ministerio de la primera Extensión de norma de la interprofesional del aceite de oliva español se firmó en la sede de la Agencia, pero quienes la firmaron fueron las asociaciones del sector; aunque, y hoy ya

pesar de su escasa dimensión productiva y económica, los tengo como una referencia vital. Quizás por eso hace casi 25 años, cuando no tenía ni la más remota idea sobre la posibilidad de mi paso por la Agencia, el nombre que puse a la casa que tengo en mi pueblo, en la provincia de Toledo, es la “La oliva”, que es como por allí llamamos al árbol que la acompaña.

Pero también recuerdo, ¿cómo olvidarlo?, que mi contacto previo con el sector como servidor público fue al comienzo de los años ochenta del siglo XX, con motivo de la conocida “crisis del aceite de colza”, desempeñando responsabilidades en el ámbito de la protección de los consumidores.

Por todo ello y, sobre todo por lo que

¿Qué retos cree que debe afrontar Oleoestepa en los próximos años para seguir creciendo como uno de los aceites de referencia?

Sería una osadía por mi parte señalarle a Oleoestepa los retos que tiene que afrontar en el futuro. Y si lo hiciese, seguramente me equivocaría porque esta es una función muy exigente que corresponde a quienes tienen la responsabilidad directiva, viven los detalles del día a día y los interpretan con la visión de conjunto de Oleoestepa que, sin duda, ellos tienen y a mí me falta. Pero, aun sabiendo de que en este caso no hace falta recordarlo, solo me atrevo a señalar dos referencias permanentes para la excelencia: calidad y valores.



SALMOREJO DE REMOLACHA

INGREDIENTES

43 g de Aceite de Oliva Virgen Extra Arbequina de Oleoestepa, 63 g de pan, 3 g de ajo morado, 530 g de tomate, 5 g de sal y 176 g de remolacha

PREPARACIÓN

Trituramos el tomate. Añadimos el ajo, el pan y el aceite de oliva virgen extra. Seguimos triturando durante 5 minutos. Incorporamos la remolacha y volvemos a triturar 2 minutos más hasta conseguir una crema totalmente homogénea, la cual rectificaremos de sal.

TRUCO

Solemos acompañarlo con frutos secos, en este caso con piñones, pues aporta ese toque crujiente y mantecoso del fruto seco, y queso curado rallado con el microplane espolvoreado por encima, a modo de nieve de queso. Como truco también podemos acompañarlo de dados de queso fresco en lugar del curado, o añadirle un toque de vinagre del Indiano, para contrarrestar ese dulzor de la remolacha, en lugar del contrapunto salado del queso curado, o incluso, apostar por algún escabeche, tipo navajuelas o dados de manzana.

SALMOREJO DE TINTA DE CALAMAR

INGREDIENTES

645 g de tomate, 4 g de ajo morado, 53 g de Aceite de Oliva Virgen Extra Egregio de Oleoestepa, 6 g de sal, 77 g de pan, 10 g de tinta de calamar y 8 g de alga nori

PREPARACIÓN

La elaboración de este salmorejo es similar a la del salmorejo contemporáneo. Comenzaremos triturando el tomate consiguiendo un zumo de tomate al que le añadiremos el ajo. A continuación le añadimos el pan, trituramos y hacemos una crema homogénea.

Por último emulsionamos con el aceite de oliva virgen extra, lo ponemos a punto de sal y finalmente le añadimos los 25 g de tinta de calamar y el alga nori, lo que coloreará y aportará ese toque sutil de sabor a mar propio de estos ingredientes.

Lo solemos acompañar con gulas “al ajillo” o “a la gallega”.



*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*



En el 2014 también estamos de enhorabuena.

De nuevo el Consejo Oleícola Internacional reconoce la calidad de nuestro virgen extra. Somos elegidos como el mejor aceite de oliva de Sevilla. Y ya van más de diez veces. De la Feria del Olivo de Montoro volvemos con dos premios. En Japón nuestros vírgenes extras logran medallas de oro y plata.

Toda una cosecha de éxito gracias al esfuerzo de todos. Gracias a tu compromiso por mejorar cada día.

Porque dar siempre lo mejor de uno tiene recompensa. Es tu éxito. Es tu aceite de oliva virgen extra.

Ahora toca saborearlo. Pídelo donde vayas.

Disfrútalo.



El Virgen Extra más reconocido