

intenso frutado

Nº 34 - Julio 2016

Revista trimestral de la Denominación de Origen Estepa



un futuro sostenible

ATPI Olivar gana el galardón Oleoestepa 2016 en las XVII Jornadas Técnicas del Aceite de Oliva Virgen Extra

ENTREVISTAS

Hablamos con los presidentes de Oleoestepa, Puricon y la D.O.P.Estepa

Carlos Cabezas analiza la situación de

la Asociación y la Producción Integrada

ATPIOLIVAR

ITEAF

Llegan las inspecciones técnicas de equipos de aplicación fitosanitaria



Agroquimar S.L.

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

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



f i n a l e®

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/ha (400 cc en mochila de 15 L).
- Podemos también controlar las malas hierbas difíciles al pie del árbol (mezclar Etaldina 1,2 L/ha, 200 cc por mochila).



Control de hierbas difíciles (esparraguera)



Bayer CropScience
www.bayercropscience.es

EDITORIAL

"Las cosas no valen sino lo que se les hace valer"
Molière

Cerrada ya hace unos meses la campaña en lo que ha producción se trata, toca ahora la siempre pero difícil y muy compleja papeleta de la venta de nuestro oro líquido, entiéndase por una venta siempre beneficiosa. Este es un sector caracterizado por la inestabilidad estable, todos los años diferentes, todos los años especiales, motivo que nos debe hacer reflexionar, recapacitar y sacar conclusiones.

Una menor o mayor proyección de cosecha, un más o menos abundante enlace de campaña o una copiosa salida o no de aceite al mercado exterior repercute en los precios, en las operaciones, en las economías de nuestras almazaras, en definitiva, en los bolsillos de nuestros olivareros.

De ahí este editorial para la reflexión ¿cómo debemos afrontar el futuro de nuestras explotaciones? ¿Y nuestras cooperativas? ¿Deben crecer? ¿Deben desaparecer? ¿Fusionarse? Son todas cuestiones en las que venimos ahondando en ya numerosos ejemplares. Se trata de un tema en el que hemos insistido en numerosas ocasiones en este editorial, en la obligatoria necesidad de captar la atención de los olivareros y hacerles partícipes de estas reflexiones. Y no es por tratar de ser agoreros, sino de advertir de posibles consecuencias.

Venimos arrastrando una relatividad en las cosechas con importantes descensos continuados en el tiempo, que afortunadamente no ha afectado a nuestra zona de manera importante y ha hecho que los precios sean algo más que dignos, pero no debemos acomodarnos.

Ahora es tiempo de reclamar algo más, de marcar un objetivo serio, viable y rentable a nuestro negocio; en resumen, saber qué se quiere ser de mayor. Las nuevas producciones que se están plantando en pocos años se consolidarán, nada más darnos un paseo por nuestra comarca el paisaje está cambiando. Los 40 o 45 millones de kg de Aceite de oliva en pocos años estarán ahí, eso solo en nuestro territorio, pero si vemos el crecimiento en otros lugares y no muy lejanos el desarrollo es mucho más exponencial, lo que nos lleva a pensar que pronto llegaremos a los 2 millones de toneladas de aceite de oliva producidos únicamente por España.

Este hecho no nos debe asustar, somos la mejor grasa vegetal del mundo y solo representamos el 3% del consumo de las grasas mundiales. El crecimiento y las posibilidades que se tienen hacen que realizar una importante inversión sea fundamental para aumentar su comercialización. Por tanto, todo esto forja quizás nuevos escenarios para los que hay que estar preparados, habiendo realizado un ejercicio de reflexión que nos generará la posibilidad de presentar un buen plan antes que otros espacios y conservar las ventajas competitivas que en este sector poseemos.

Buen verano, tiempo ideal para la reflexión.

SUMARIO

"Las cosas no valen sino lo que se les hace valer"
Molière

Cerrada ya hace unos meses la campaña en lo que ha producción se trata, toca ahora la siempre pero difícil y muy compleja papeleta de la venta de nuestro oro líquido, entiéndase por una venta siempre beneficiosa. Este es un sector caracterizado por la inestabilidad estable, todos los años diferentes, todos los años especiales, motivo que nos debe hacer reflexionar, recapacitar y sacar conclusiones.

Una menor o mayor proyección de cosecha, un más o menos abundante enlace de campaña o una copiosa salida o no de aceite al mercado exterior repercute en los precios, en las operaciones, en las economías de nuestras almazaras, en definitiva, en los bolsillos de nuestros olivareros.

De ahí este editorial para la reflexión ¿cómo debemos afrontar el futuro de nuestras explotaciones? ¿Y nuestras cooperativas? ¿Deben crecer? ¿Deben desaparecer? ¿Fusionarse? Son todas cuestiones en las que venimos ahondando en ya numerosos ejemplares. Se trata de un tema en el que hemos insistido en numerosas ocasiones en este editorial, en la obligatoria necesidad de captar la atención de los olivareros y hacerles partícipes de estas reflexiones. Y no es por tratar de ser agoreros, sino de advertir de posibles consecuencias.

Venimos arrastrando una relatividad en las cosechas con importantes descensos continuados en el tiempo, que afortunadamente no ha afectado a nuestra zona de manera importante y ha hecho que los precios sean algo más que dignos, pero no debemos acomodarnos.

Ahora es tiempo de reclamar algo más, de marcar un objetivo serio, viable y rentable a nuestro negocio; en resumen, saber qué se quiere ser de mayor. Las nuevas producciones que se están plantando en pocos años se consolidarán, nada más darnos un paseo por nuestra comarca el paisaje está cambiando. Los 40 o 45 millones de kg de Aceite de oliva en pocos años estarán ahí, eso solo en nuestro territorio, pero si vemos el crecimiento en otros lugares y no muy lejanos el desarrollo es mucho más exponencial, lo que nos lleva a pensar que pronto llegaremos a los 2 millones de toneladas de aceite de oliva producidos únicamente por España.

Este hecho no nos debe asustar, somos la mejor grasa vegetal del mundo y solo representamos el 3% del consumo de las grasas mundiales. El crecimiento y las posibilidades que se tienen hacen que realizar una importante inversión sea fundamental para aumentar su comercialización. Por tanto, todo esto forja quizás nuevos escenarios para los que hay que estar preparados, habiendo realizado un ejercicio de reflexión que nos generará la posibilidad de presentar un buen plan antes que otros espacios y conservar las ventajas competitivas que en este sector poseemos.

Buen verano, tiempo ideal para la reflexión.



4 MERCADO

Álvaro Olavarría, Director Gerente de Oleoestepa, realiza la tercera crónica oleícola de esta campaña analizando el estado actual del mercado



8 CARLOS CABEZAS

El Presidente de ATPI Olivar nos habla de la importancia de la Producción Integrada y de la trayectoria y retos de la Asociación



24 ANICETO SÁNCHEZ

El Presidente de Puricon S.C.A. nos habla de sus primeros años al frente de la entidad y de los nuevos retos que afrontan

26 JOSÉ Mª LORING

El Presidente de la D.O.P. Estepa hace balance de sus años al frente de la entidad y nos habla del futuro de D.O.P.



16 XVII JORNADAS TÉCNICAS DEL ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

Oleoestepa celebró una nueva edición de sus jornadas, en esta ocasión bajo el lema "El valor de una marca sostenible", donde el medio ambiente tuvo especial protagonismo



EDITA: C.R.D.O.Estepa, Pol.Ind. Sierra Sur - Edificio Centro de Empresas 41560 Estepa (Sevilla) Tel. y Fax: 955 91 26 30 email: comunicacion@doestepa.es **REDACCIÓN Y MAQUETACIÓN:** José Carlos Sánchez Morilla **CONSEJO EDITORIAL:** José M.Loring, Álvaro Olavarría y Moisés Caballero **IMPRENTA:** Cosano Artes Gráficas **DEPÓSITO LEGAL:** SE-4622-05 **ISNN:** I886-8266 **AGRADECIMIENTOS:** Álvaro Olavarría, Óscar Rodríguez, Carlos Cabezas, Blanca Jiménez, Patricio Martín, Alfredo García, Aniceto Sánchez y José Mª Loring





Crónica oleícola en el solsticio de verano

Álvaro Olavarría, Director Gerente de Oleoestepa, realiza la III crónica oleícola de la campaña 15-16, marcada por la estabilidad y firmeza de los precios en origen del aceite

En este momento, recién iniciada la nueva estación climatológica del verano, el balance oleícola que podemos hacer se podría resumir en estabilidad y firmeza en los precios en origen del aceite de oliva.

Hemos vivido las últimas semanas pendientes de conocer el estado fenológico en el olivar del cuajado de frutos, que en Andalucía se ha visto retrasado en las zonas más orientales y que finalmente se aventura en general una buena cosecha para la campaña 2016/2017.

Tenemos un largo verano por delante y *muchas noches durmiendo al raso* los olivos para conocer finalmente qué producción alcanzaremos, pero ya se oyen voces que apuntan a la cifra redonda de 1.500.000 Tm. de

aceite de oliva.

En los últimos meses el comercio ha venido condicionado por una primavera generosa en lluvias en los meses de abril y mayo, salvando el olivar para colocarlo en unas condiciones óptimas para la etapa clave de floración y cuajado de frutos, lo que ha ocasionado un descenso en los precios en origen de los aceites de oliva. Aun así y como se puede comprobar en el cuadro de las precipitaciones acumuladas registradas en las estaciones agroclimáticas que circundan la Comarca de Estepa seguimos por tercer año consecutivo con un déficit, para este año del -26 % con respecto a la media de los 537 litros/m² del periodo septiembre 2009 a agosto 2015 y lo estamos notando ya en las escasas disponi-

Ya se oyen algunas voces que apuntan a que se alcanzará la siguiente campaña en nuestro país una producción de 1.500.000 Tm de aceite de oliva

Mercado por Álvaro Olavarría



bilidades de agua en los pozos para riegos de los olivares.

Las salidas mensuales de aceite de oliva en el comercio nacional y exportación son muy buenas y una de las razones de que aun descendiendo los precios éstos se mantengan a los niveles actuales. El mercado nacional está absorbiendo una media mensual de 49.500 Tm. en el periodo noviembre 2015 al mes de abril 2016, cifra que no se lograba desde la campaña 2011/2012. Estos crecimien-

Precipitación acumulada año agrícola del 1 Sept al 31 Ago - Estaciones circundantes Comarca de Estepa						% Media
Periodo	Osuna	Écija	Santaella	Sierra Yeguas	Media Área	vs 537,67 l/m²
Sep 2009/Ago 2010	726,2	929,4	973,8	809,2	859,7	59,88 %
Sep 2010/Ago 2011	637,4	787,4	826	582	708,2	31,72 %
Sep 2011/Ago 2012	211,6	269,8	254,6	267,4	253,4	-52,88 %
Sep 2012/Ago 2013	662,8	609,2	705,3	824,4	700,4	30,27 %
Sep 2013/Ago 2014	313,2	342,4	411,2	386,4	363,3	-32,43 %
Sep 2014/Ago 2015	295	322,8	411,2	335,4	341,1	-36,56 %
Sep 2015/Jun 2016	367,6	397,8	457	366,2	397,2	-26,14 %
Medias 6 años 2009/2015	474,37	543,5	598,68	524,13	537,67	

Cuadro comparativo de existencias y salidas de aceite de oliva en España de las campañas 2013/2014 a 2015/2016. Fuente Oleoestepa

€/Tm/lampante	Fecha	EXISTENCIAS DE ACEITES DE OLIVA				Producción	Totales	Importación	Salidas		Interanual
		Almazaras	PCO	Envasadora	T.Existencias				Acumulada	Media Acumulada	
2,0780 €	oct-13	100,30	4,40	92,50	197,20	114,40	8,80	9,10	114,40	114,40	94,25
2,0152 €	nov-13	167,70	2,80	89,30	259,80	111,80	169,50		4,90	226,20	113,10
1,8606 €	dic-13	608,10	7,70	109,80	725,60	133,00	591,90		6,90	359,20	119,73
1,8261 €	ene-14	872,30	28,14	156,30	1.056,74	156,46	482,80		4,80	515,66	128,92
1,8119 €	feb-14	976,70	45,44	185,30	1.207,44	151,20	300,10		1,80	666,86	133,37
1,6825 €	mar-14	991,00	58,01	222,60	1.271,61	145,73	208,00		1,90	812,59	135,43
1,6632 €	abr-14	886,60	48,80	217,70	1.153,10	134,81	14,50		1,80	947,40	135,34
1,6493 €	may-14	771,90	39,71	202,70	1.014,31	150,60	4,60		7,20	1.097,99	137,25
1,8264 €	jun-14	643,20	32,18	204,10	879,48	140,63			5,80	1.238,62	137,62
2,1340 €	jul-14	506,00	25,10	198,10	729,20	155,28	Producción	1.780,20	5,00	1.393,90	139,39
2,4344 €	ago-14	416,60	21,32	176,10	614,02	119,18	Importación	63,10	4,00	1.513,08	137,55
2,4770 €	sep-14	323,50	16,98	157,30	497,78	121,23	Disponibilidades	2.040,50	5,00	1.634,32	136,19
2,3968 €	oct-14	255,20	12,25	151,30	418,75	114,44	30,50		4,90	114,44	114,44
2,5182 €	nov-14	285,70	8,99	153,00	447,69	135,26	157,60		6,60	249,69	124,85
2,5000 €	dic-14	578,90	12,57	169,50	760,97	122,52	427,60		8,20	372,22	124,07
2,6530 €	ene-15	608,80	18,70	191,70	819,20	116,27	160,20		14,30	488,49	122,12
2,7220 €	feb-15	539,00	13,88	214,80	767,68	99,62	37,80		10,30	588,10	117,62
2,6673 €	mar-15	466,70	9,60	213,90	690,20	116,58	19,60		19,50	704,68	117,45
2,7835 €	abr-15	386,50	6,74	217,20	610,44	106,66	3,20		23,70	811,34	115,91
2,9734 €	may-15	301,70	5,22	210,30	517,22	116,72	5,20		18,30	928,06	116,01
3,0148 €	jun-15	223,90	3,25	200,50	427,65	105,47			15,90	1.033,53	114,84
3,4341 €	jul-15	141,90	4,29	185,50	331,69	106,76	Producción	841,70	10,80	1.140,29	114,03
3,8383 €	ago-15	97,50	2,27	161,50	261,27	86,92	Importación	158,00	16,50	1.227,21	111,56
3,5662 €	sep-15	55,90	1,82	123,20	180,92	89,35	Disponibilidades	1.418,45	9,00	1.316,56	109,71
3,2098 €	oct-15	40,50	1,40	100,70	142,60	78,72	22,70		17,70	78,72	78,72
2,8455 €	nov-15	223,40	1,70	92,10	317,20	99,20	259,60		14,20	177,92	88,96
2,8123 €	dic-15	675,30	9,27	126,90	811,47	127,43	605,10		16,60	305,35	101,78
3,0215 €	ene-16	888,30	21,04	167,70	1.077,04	108,33	363,60		10,30	413,68	103,42
3,0213 €	feb-16	864,70	21,30	198,60	1.084,60	118,14	114,20		11,50	531,82	106,36
2,8544 €	mar-16	784,70	16,70	197,70	999,10	120,80	25,80		9,50	652,62	108,77
2,8501 €	abr-16	686,20	13,75	186,90	886,85	122,12	3,86		6,00	774,73	110,68
2,7472 €	may-16	589,37	10,77	171,58	771,72	123,12			8,00	897,86	112,23
							Producción	1.394,86			
							Importación	93,80			
							Disponibilidades	1.631,26			
4,0649 €	Máxima	1.082,8	178,7	222,6	1.470,8	156,5	655,4	2.050,1	23,7	1.634,3	139,4
1,5480 €	Minima	26,2	0,3	56,4	95,7	55,6	0,0	10,1	0,2	55,6	55,6
											77,1



Mercado por Álvaro Olavarría

Producción Mundial del Aceite de Oliva				
	2015/2016		Estimación 2016/2017	
ESPAÑA	1.394.000	43,22 %	1.500.000	50,68 %
ITALIA	470.000	14,57 %	270.000	9,12 %
GRECIA	310.000	9,61 %	250.000	8,45 %
TÚNEZ	140.000	4,34 %	110.000	3,72 %
TURQUÍA	143.000	4,43 %	175.000	5,91 %
MARRUECOS	130.000	4,03 %	110.000	3,72 %
PORTUGAL	99.300	3,08 %	95.000	3,21 %
SIRIA	215.000	6,67 &	150.000	5,07 &
OTROS	324.200	10,05 %	300.000	10,14 %
TOTAL	3.225.500	100 %	2.960.000	100 %

Fuente : Operadores internacionales y Oleoestepa - Elaboración: Oleoestepa

tos se deben a otros usos en industrias alimentarias del aceite de oliva pues las ventas envasadas hasta 5 litros no aumentan como para alcanzar estos números. Las exportaciones mantienen un ritmo similar a la pasada campaña de unas 66.500 Tm. por mes. Con ambas salidas tenemos un total de más de 110.000 Tm. mensuales de media y con salidas en los últimos tres meses superiores a las 120.000 Tm. Las importaciones decrecen con respecto al año pasado y se han ralentizado especialmente en los meses últimos aunque suman 93.800 Tm. hasta el mes de mayo, un -11,34% con respecto al mismo periodo del año pasado.

En los últimos días los precios en origen del aceite de oliva vuelven a superar en sus tres categorías la barrera psicológica de los 3.000 €/Tm. estrechando las primas por calidad, apenas existiendo diferencias entre un lampante y un aceite de oliva virgen extra, cuando ha llegado a alcanzar en los últimas dos campañas hasta los 600 €/Tm. si se comparan con los zumos más selectos

de Oleoestepa. Hay pocos lampantes este año por ausencias de lluvias en los meses de recolección de aceitunas y la demanda para hacer lotes de aceites de olivas suaves e intensos, cuya base son los aceites de oliva refinados, sigue siendo la misma, teniendo por ello que refinar aceites de oliva vírgenes de menor calidad a precios un poco más altos.

Para el caso de los aceites extras hay menos volatilidad en los precios, aunque han cedido éstos suavemente desde el principio de campaña hasta hoy. En estas últimas semanas también se observa mayor demanda de empresas italianas que hasta ahora se han abastecido de la producción de su país que este año ha sido muy abundante y de Grecia.

Para el último tramo de campaña hay que despejar varias incógnitas para conocer la evolución de los precios hasta entonces, algunas de ellas ya más claras, como la producción venidera que ya hemos dicho que será mejor que la de la última campaña en España y ligeramente

inferior en el total mundial como se puede apreciar en el cuadro de estimaciones adjunto, el stock de enlace al 31 de octubre en España que de seguir estas salidas medias mensuales, consumo interior y exportaciones, podría quedar en torno a unas 200.000 Tm., cifra justa para no crear tensiones y por ultimo la climatología y muy especialmente la llegada temprana del otoño con sus lluvias.

Los precios según el sistema pool-red desde el 1 de noviembre de 2015 hasta junio de 2016 arrojan un precio medio ponderado para todas las calidades de 3.058 €/Tm. y todo parece indicar que no hay motivos para que no se continúen manteniendo al menos hasta la nueva campaña.

Entre tanto la gran distribución española, como en otras muchas ocasiones a lo largo de los años, parece vivir al margen de estos precios del aceite de oliva en origen y comienza a lanzar ofertas de botellas de aceites de oliva a precios muy por debajo de los que se están operando en origen y por tanto siendo una venta a pérdidas que está prohibida, provocando a los productores, envasadores y empresas distribuidoras competidoras y haciendo saltar las alarmas para que intervenga la Agencia de Información y Control Alimentarios. Esta Agencia hace sus investigaciones sobre el precio y calidad del producto ofertado y en caso de detectar irregularidades informa a la Comunidad Autónoma correspondiente que es la que tiene las competencias para incoar expediente y en su caso sancionar. Como siempre todo quedará en noticias de prensa, mucho ruido y agua de borrajas, pero de sanción para la cadena distribuidora y/o el proveedor nada de nada.

Servicio Oficial



JOHN DEERE

Venta, Servicio-Taller y Recambios

REVISADOS
Y GARANTIZADOS



Tractores de Ocasión Jonh Deere Series 20 y 30



Buggy Halcón
EM110 Pro
Motor John Deere
125 CV



Cisternas Galvanizadas



Remolques Bañera y
Modulares



VIBRADOR P101 - P204



Trituradora 220 Desplazable
Súper-Reforzada

OFERTA
3.960 €
+ IVA

Trituradora Lateral 220



OFERTA
3.780 €
+ IVA



Top Ram
Trituradora 1.80 reversible

OFERTA
7.500 €
+ IVA

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

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

ATPIOLIVAR

Entrevistamos a Carlos Cabezas, Presidente de la Asociación Técnica de Producción Integrada de Olivar, ganadora del galardón Oleoestepa 2016 por la gran labor llevada a cabo en favor de una agricultura sostenible



Carlos Cabezas, Presidente de ATPIOliver

ATPIOliver cuenta ya con una extensa trayectoria. ¿Podría contarnos cómo ha sido la evolución de la Asociación desde su fundación?

La situación inicial que vivió la producción integrada de olivar en Andalucía, una vez aprobada la primera normativa allá por el año 1996, creó rápidamente la necesidad de fomentar y extender la producción integrada, de cohesionar a los técnicos de las APIs y de disponer de una entidad que los representara ante la Administración. Gracias al trabajo inicial de unos técnicos entusiastas y a investigadores del Centro Alameda del Obispo, pudo constituirse la única entidad en España que tiene por finalidad el fomento de la Producción Integrada de Olivar.

Nuestra asociación inició su camino con algunos socios de las Comarcas

de Estepa y Osuna en Sevilla, y de Posadas y Baena en Córdoba. Hoy día, la asociación tiene su sede en Aguadulce (Sevilla) y cuenta con más de 12.000 asociados en las principales provincias olivareras andaluzas, tanto productores, técnicos, investigadores, como entidades de certificación e industrias de elaboración y transformación, representando a una gran parte del sector y desempeñando una labor fundamental en el desarrollo coherente de la producción integrada en este cultivo.

Hemos realizado numerosas Jornadas Técnicas que han ayudado a canalizar la transferencia de información y conocimiento entre los distintos agentes implicados en el sistema (Administración, técnicos y productores) y trabajamos cada día para seguir defendiendo los intereses de las APIs. También debo desta-

car el gran esfuerzo y trabajo altruista que han desempeñado todos los/as presidentes/as que han dirigido la asociación durante todo este tiempo.

¿Cuáles han sido los principales logros de la entidad?

En estos 15 años de existencia de ATPIOliver se han conseguido importantes logros para el sector que nos han permitido ser el referente de la Producción Integrada. Nuestra labor siempre se ha desarrollado con total independencia técnica y política, y esto, unido a nuestros planteamientos coherentes, ha propiciado que ATPIOliver se gane el respeto profesional y la confianza de la Consejería de Agricultura. Así, cada vez que se regula en materia de Producción Integrada, previamente se conoce la opinión de nuestra Asociación.

Entre otros, hemos estado presentes en la redacción y modificación de numerosas normativas de vital importancia para el funcionamiento de los técnicos y las APIs, y en los procesos de elaboración de la Ley del Olivar o el Plan Director del Olivar de Andalucía, defendiendo que la producción integrada tenga el lugar que se merece dentro de los programas medioambientales y de calidad que se han presentado en el PDR 2014-2020. De hecho, por primera vez, se incluye a los productores que pertenezcan a una API en los criterios de baremación de ayudas a la mejora de la explotación o la incorporación de jóvenes agricultores. También dispondrán de mayor puntuación aquellas industrias adheridas a Produc-

ción Integrada.

Sin duda, una de las acciones más relevantes por su repercusión para el sector de la Producción Integrada de Olivar ha sido conseguir que la Consejería de Agricultura reconozca oficialmente como calidad ‘Virgen Extra’ a los aceites producidos bajo este sistema de producción. Creemos que es un gran avance en el proceso de diferenciar las marcas comerciales que utilizan el distintivo, ya que además de garantizar mediante certificación la máxima calidad, tiene vinculado la utilización de métodos de producción y elaboración sostenibles, un concepto que está despertando cada vez más interés en la sociedad. Aún así, debemos continuar trabajando para seguir potenciando los atributos diferenciadores que presenta la Producción Integrada.

Por otra parte, hemos estado presentes en las más altas instituciones europeas. Tuvimos la responsabilidad de representar al sector de la producción integrada en España participando en la discusión sobre el Dictamen del Comité Económico y Social Europeo en Bruselas sobre la producción integrada en la Unión Europea, que supuso la apertura del debate sobre los modelos de producción sostenibles existentes en Europa y el papel que desempeñan en el desarrollo del medio rural y en los consumidores, con conclusiones tan importantes como que la producción integrada debe ser el modelo hacia donde debe encaminarse la agricultura europea.

¿Cuál es el principal reto que afronta actualmente ATPIOlivar?

La producción integrada está cada vez más presente y extendida en el olivar andaluz y su sector comercializador. Por ello, este crecimiento implica afrontar nuevas necesidades, y es ahí donde nuestra asociación juega un papel fundamental a la hora de poder canalizar dichas necesidades ante la Administración. Nuestro principal reto es seguir mejorando

Uno de nuestros logros más relevantes ha sido que la Consejería de Agricultura reconozca oficialmente como calidad ‘Virgen Extra’ a los aceites de Producción Integrada

nuestra atención al asociado, en contacto permanente con técnicos y gerentes, favorecer una expansión sostenida con nuevos socios, no solamente en Andalucía, también en el resto de regiones españolas que desarrollan la producción integrada de olivar, y estar al frente de los principales desafíos a los que se enfrenta la producción integrada, como son la continuidad del apoyo institucional a este modelo productivo, la mejora de las normas que se aplican, y el necesario proceso de unificación de las normativas que permita promocionar la producción integrada ante los consumidores de una manera más eficaz.

En su opinión, ¿Cuál es el principal valor añadido que aporta la implantación de la producción integrada al olivar?

Desde el punto de vista de manejo del olivar, la aplicación de estas técnicas de cultivo supone para el olivarero numerosas ventajas. Principalmente, cabe destacar el uso racional de los recursos naturales disponibles

y la optimización de los costes de producción que le permitirán, a escala general, mejorar la rentabilidad de sus explotaciones. Por otro lado, la producción integrada va a ayudarle a conocer más a fondo las características de su olivar, cuáles son sus limitantes y en caso de ser posible su mejora, qué herramientas debe aplicar para hacerlo más sostenible sin mermar por ello su capacidad productiva. Así mismo, el olivarero dispone de un asesoramiento cualificado muy importante en un entorno cada vez más dinámico y global con frecuentes cambios normativos que afectan a su día a día. Quizás uno de los aspectos más apreciados por el productor es la información puntual sobre el estado de las plagas y enfermedades en su comarca, que le va a ayudar a actuar contra ellas en el momento más adecuado y evitar así un importante daño sobre la cantidad y calidad de sus aceitunas, con el impacto negativo que podría suponer sobre sus rentas.

De igual forma, el uso controlado que realiza en su explotación de los productos fitosanitarios, siempre con prescripción técnica, darán todas las garantías a sus producciones en materia de seguridad alimentaria para la correcta disposición en la recepción de las almazaras.

Tener implantada la producción integrada en nuestro olivar significa disponer de una certificación ambiental, que permite el cumplimiento de buena parte de la normativa europea referente a buenas prácticas agrarias, a aspectos sanitarios del cultivo y medioambientales, que se traduce en una mayor tranquilidad para el productor.

¿Y a los aceites de oliva vírgenes extra?

Desde el año 2013, la producción integrada está amparada una bajo certificación oficial de calidad ‘Virgen Extra’, porque la aplicación de las técnicas de manipulación y elaboración reflejadas en los reglamentos

MAQUINARIA AGRÍCOLA

G. Pérez Sánchez, S.L.



EL USO DEL ATOMIZADOR EN EL OLIVAR

Los **atomizadores**, son equipos que realizan la división del líquido en gotas gracias a la presión conferida por una bomba de gran caudal y al transporte hasta el olivo, por una corriente de aire generada por un ventilador. Son empleados para la aplicación de productos fitosanitarios en la parte aérea del olivo.

Mejoran el alcance y disposición de las gotas gracias a tres principios: aportan energía cinética a las gotas formadas, crean cortinas de aire evitando la deriva, y remueven la masa vegetal mejorando la penetración y reparto del líquido.

De forma general hay que subrayar que el éxito de todo tratamiento fitosanitario depende, en gran medida, de los siguientes requisitos: empleo de productos de eficacia probada y autorizados legalmente, realizar la aplicación en el momento oportuno, y utilizar las **máquinas apropiadas**, bien calibradas y en buen estado de conservación.

En la actualidad, los **atomizadores** están evolucionando hacia un trabajo con mayor precisión y exactitud, evitando la deriva y pérdida de producto. Evitando la contaminación del medio y asegurando la protección del operario, frente a los productos y las propias máquinas.

Nuestros atomizadores están especialmente diseñados para el tratamiento en olivar, y cumplen con todas las normas de seguridad actuales. Los componentes usados en el montaje de nuestros atomizadores son de primera marca con una bomba de membranas annovi reververi de gran caudal y un equipo ventilador fieni capaz de generar mas de 83.800 m³/h de aire, con este equipo ventilador, conseguimos una excelente aplicación del producto con un mínimo consumo de combustible y una mínima contaminación acústica del medio ambiente.



ATOMIZADOR 3.000L POLIETILENO



ATOMIZADOR 3.000L POLIESTER



NOVEDAD



ATOMIZADOR 4.000L POLIESTER



[WWW.perezsanchezsl.com](http://www.perezsanchezsl.com)

☎ 95 401 62 35 - FAX: 95 401 67 79

LA RODA DE ANDALUCÍA (Sevilla)



La producción integrada es una de las normas más completas en materia de seguridad alimentaria y un perfecto instrumento para conseguir aceites de residuos cero que empiezan a ser valorados en algunos mercados

específicos nos llevará inequívocamente a la obtención de los aceites de la máxima calidad. Este es un aspecto muy importante desde el punto de vista de la comercialización y de las garantías que se ofrecen a los consumidores, y que cada entidad debe potenciar. La producción integrada va a permitir a una almazara garantizarse un alto volumen de vírgenes extra en su bodega, y si tenemos en cuenta los precios que esta categoría de aceite ha alcanzado durante estas últimas campañas, es sin duda un incremento del valor económico.

Otro aspecto que está suponiendo una preocupación cada vez mayor al sector es la presencia de residuos en los aceites que se comercializan. La compleja situación normativa a

nivel mundial respecto a los límites máximos de residuos permitidos o a las restricciones de uso de determinadas sustancias activas en algunos países, está suponiendo algunas trabas importantes en los intentos de entrar en algunos mercados. La producción integrada es una de las normas más completas en materia de seguridad alimentaria no sólo en los aspectos relativos a los materiales utilizados en las instalaciones de la industria sino en los diferentes controles que se llevan a cabo durante el proceso que permite garantizar la inocuidad del producto. Es además, un perfecto instrumento para conseguir aceites con residuos cero que empiezan a ser demandados y valorados por algunos mercados.

¿Qué acciones lleva a cabo la Asociación para que el sello de producción integrada sea cada vez más reconocido por los consumidores?

En primer lugar es necesario explicar la compleja situación existente referente a sellos de calidad de producción integrada en España y Europa. La normativa actual es muy heterogénea, con múltiples sellos de calidad en las diferentes regiones españolas y en los países europeos que generan confusión entre los consumidores y que no favorecen el entendimiento de los beneficios de la producción integrada a la sociedad en general. Sin duda, éste es el principal obstáculo que nos encontramos.

Sin embargo, ya existen las primeras recomendaciones a través del Comité Económico y Social Europeo en Bruselas sobre la necesidad de establecer unas directrices mínimas a escala europea. El resultado final de este proceso debería ser un reglamento base de aplicación en toda la Unión Europea, similar al que actualmente dispone la agricultura ecológica, pero para esto habrá aún que esperar. El proceso es complejo

y debe comenzar desde la voluntad política que permita la unificación y homologación de las normativas de las diferentes regiones para alcanzar una única norma a escala nacional. Sería un avance importante para que Europa observara el proceso de armonización de una manera más fácil y factible y poder finalmente acceder a programas de ayudas comunitarias que faciliten una promoción a gran escala. Por tanto, las responsables de la regulación del uso de los sellos de producción integrada son las Administraciones, y son ellas las que deben ayudar al sector en la promoción y difusión de la Producción Integrada.

Nuestra asociación, con los recursos disponibles, ha realizado a lo largo de estos años numerosas acciones de difusión a los consumidores a través de jornadas organizadas con asociaciones de consumidores y sectores profesionales (médicos, farmacéuticos, etc.) con los cuales tenemos firmados convenios de colaboración, diferentes catas de aceite de oliva virgen extra, publicaciones, presencia en ferias del sector y la difusión permanente a través de las redes sociales.

Es importante resaltar que el actual marco del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2014-2020 incorpora por primera vez a la producción integrada en la línea de ayudas a la promoción de la calidad de los productos agroalimentarios. Durante estos años, ha sido una de las mayores demandas del sector y puede ser una oportunidad para posibles actuaciones de promoción enfocadas en dar a conocer las bondades de nuestra producción integrada a los consumidores. Las estrategias deberían resaltar los aspectos más relevantes que aporta al aceite de oliva virgen extra de producción integrada, como son máxima calidad y seguridad, y el valor sostenible de la marca.

Cómo mejorar la seguridad alimentaria en los procesos mecánicos de elaboración del aceite de oliva

El proceso productivo del aceite de oliva está cada vez más mecanizado. La maquinaria que se emplea en la industria del olivar necesita una lubricación que otorgue seguridad alimentaria al proceso y responda a las exigencias de la normativa en materia de productos destinados al consumo alimentario.

La industria de la oliva gestiona un fruto sin cáscara y puede sufrir contacto con lubricantes, ya sean por pérdida o exceso de lubricación, durante las fases previas al embotellado del aceite.

Reducir a cero el riesgo de contaminación

Precisamente para dar respuesta a este problema y evitar el riesgo de contaminación al que puede estar expuesto el cultivo, la normativa exige el uso de lubricantes atóxicos

y calidad H1, al tratarse de equipos que están presentes en la industria alimentaria. A todo esto se une que, en la industria olivarera, es necesario que el producto final no contenga ni trazas de hidrocarburos ni parafinas, componentes que se aporta accidentalmente al aceite por roturas o exceso de lubricante de los equipos mecánicos que se utilizan en las fases de recolección, transporte o elaboración del aceite de oliva.

La presencia de trazas de hidrocarburos o parafinas en el aceite de oliva puede generar el rechazo en lotes completos de fabricación o rebajar la calidad de un producto excepcional AOVE a uno lampante, con la consiguiente merma económica para la producción, entre otras consecuencias negativas.

La solución: lubricantes especiales para la industria olivarera

“Para solucionar este problema y garantizar la seguridad alimentaria en la elaboración del aceite, se han desarrollado grasas y aceites específicos que dan respuesta a estas nuevas demandas y exigencias de la industria olivarera”, apunta Nicolás Martín, gerente de Dakolub.

Se trata de una gama de lubricantes atóxicos H-1 de origen vegetal que incrementan la seguridad alimentaria en el proceso de producción del aceite, evitan el rechazo de lotes y, por tanto, reducen a cero cualquier riesgo de contaminación.

Estos aceites y grasas atóxicos de origen vegetal han sido desarrollados por el fabricante español Lubrificantes VERKOL, en colaboración con institutos y universidades españolas de prestigio, y son distribuidos en Andalucía y Extremadura por Dakolub.



ESPECIALISTAS EN LUBRICANTES, FILTROS Y PRODUCTOS QUÍMICOS PARA EL SECTOR DEL OLIVAR



#seguridad

#calidad

#innovación

#experiencia



La D.O.P.Estepa y Oleoestepa protagonizan la “Semana del Aceite de Sevilla”

Durante la "Semana del Aceite" organizada por la Diputación Provincial de Sevilla, el aceite premiado de Oleoestepa fue el manjar en torno al que giraron un conjunto de actividades destinadas a dar a conocer la excelencia de este virgen extra

Durante el mes de mayo los aceites de oliva vírgenes extra de Oleoestepa, amparados por la D.O.P.Estepa, protagonizaron la “Semana del Aceite de Sevilla”, campaña de promoción con la que la Diputación de Sevilla ha pretendido dar a conocer a profesionales de la hostelería sevillana, medios de comunicación, sevillanos y estudiantes universitarios la alta calidad de los aceites de oliva virgen extra que se producen en la provincia, y más concretamente los galardonados en esta campaña con el premio al Mejor Virgen Extra de la Provincia de Sevilla y al Mejor Virgen Extra de las Sierras de Sevilla, ambos comercializados por Oleoestepa.

La "Semana del Aceite de Sevilla" comenzó con una cata de los aceites premiados de Oleoestepa dirigida a periodistas y expertos gastronómicos, que tuvieron la oportunidad de participar en una degustación guiada en el Restaurante Lalola.

Degustación en oficina de turismo

Además de la cata, la “Semana del Aceite” incluyó otras iniciativas como la degustación de los aceites premiados en la Oficina de Turismo de la Casa de la Provincia, donde miles de visitantes procedentes de todo el mundo tuvieron la oportunidad de catarlos.



Representantes de las entidades asociadas a la D.O.P.Estepa durante la entrega de premios

Nuestros aceites en los hoteles

Otra de las acciones enmarcadas en la “Semana del Aceite” fue la presencia de los vírgenes extra premiados en una selección de hoteles de Sevilla, que obsequiaron a todos sus clientes con una botella, de forma que todas las personas que visitaron la ciudad conocieron el valor de los aceites de la provincia.

Referencia de oleoturismo

Oleoestepa y la Denominación de Origen Estepa acogieron además

la visita de las Universidades de Turismo de Sevilla, que tuvieron la oportunidad de conocer el modelo de oleoturismo implantado en la comarca de Estepa y Puente Genil, ya convertido en una referencia dentro del sector por recibir miles de personas cada campaña.

Tanto desde Oleoestepa como desde la Denominación de Origen Estepa se valora de forma muy positiva la iniciativa puesta en marcha de la “Semana del Aceite de Sevilla”.



Hacia una agricultura cada vez más sostenible, ecológica y segura

La Denominación de Origen acogió en San José de Lora de Estepa S.C.A. la conferencia "El agricultor ¿El consumidor más exigente?", en la que se analizó el presente y futuro de la agricultura a nivel de sostenibilidad

Por Blanca Jiménez (Departamento Calidad de Agro Sevilla). Durante la conferencia organizada por la Denominación de Origen Estepa, Oleoestepa y Agro Sevilla Aceitunas dirigida a todos los agricultores asociados y celebrada el 21 de abril de 2016, se hizo un recorrido minucioso sobre todos los agentes involucrados en la cadena de producción para el uso sostenible de productos fitosanitarios, de acuerdo con las distintas normativas que las legislaciones aplican a la industria del sector del olivar.

En primer lugar Juan José Martínez, técnico de la Cooperativa San José de Lora de Estepa, donde se celebró el evento, expuso la evolución del uso de los productos fitosanitarios en campo a lo largo de la historia. El

concepto de agricultura ha ido cambiando y se ha ido adaptando a la situación y necesidades de cada momento. Desde una agricultura de autoabastecimiento, pasando por una agricultura tradicional, donde prima un aumento en la productividad de la tierra, para lo que la utilización de fertilizantes y fitosanitarios creció considerablemente, sin dudar en el uso de los mismos ni valorar la repercusión que conllevaba, hasta el momento actual en el que llevamos a cabo un modelo de producción racional y sostenible. Este sistema equilibra de manera más rentable los componentes de sostenibilidad económica, social y medioambiental, basados en la Normativa de Producción Integrada de Olivar, que da prioridad a métodos de producción ecológicamente más seguros, mini-

mizando el uso de agroquímicos a lo estrictamente necesario, garantizando la máxima seguridad alimentaria.

El Uso Sostenible de Productos Fitosanitarios pretende conseguir el desarrollo de cultivos sanos, libres de residuos, para garantizar la seguridad del consumidor final y por tanto, no crear desconfianza ni poner en duda todo el trabajo de la cadena de producción, con la mínima alteración de los agroecosistemas y la promoción de los mecanismos naturales.

En segundo lugar, Blanca Jiménez, Responsable de Sostenibilidad de Agro Sevilla Aceitunas SCA, centró su ponencia en el objetivo de reducir al máximo los posibles riesgos que generan los residuos de productos fitosanitarios. Para entender la impor-

tancia del problema, comenzó exponentially la responsabilidad sobre los residuos originados por cada uno de los agentes que participan en la cadena de producción, desde el agricultor, como máximo responsable de los tratamientos químicos, pasando por las entamadoras en la transformación del producto hasta las envasadoras y el cliente final.

La consecución de dicho objetivo se hace necesaria en primer lugar para reducir el riesgo en el hombre, la fauna auxiliar y el medioambiente. Y en segundo lugar para aumentar la confianza de nuestros clientes, eliminando posibles sanciones e incluso la pérdida de los mismos.

Como representante del departamento de calidad de materia prima de Agro Sevilla, explicó la metodología llevada a cabo tanto en las entamadoras como en la envasadora para controlar los posibles residuos generados en campo, y expuso las estrictas normativas a las que se someten referentes a los controles de materias activas aplicadas y sus límites máximos de detección.

Por otro lado, para concienciar a los agricultores sobre la importancia que tiene el control de los límites máximos de residuos en la industria, se expusieron algunos de los estudios realizados sobre las curvas de degradación de las materias activas más utilizadas en nuestros olivares, destacando de nuevo que el buen uso de estas materias, como nos recomiendan nuestros técnicos asesores, es de máxima importancia para garantizar la inocuidad del producto.

En este sentido se señalaron algunas de las sanciones a las que han tenido que hacer frente algunas comercializadoras de aceituna o aceite de oliva debido al mal manejo de los fitosanitarios.

En tercer lugar, Pilar Higueras, Directora del Departamento de Calidad y Medio Ambiente de Oleoestepa SCA, hizo un resumen sobre la Normativa de Seguridad Alimentaria a la que se

El Uso Sostenible de Productos Fitosanitarios pretende conseguir el desarrollo de cultivos sanos y libres de residuos, para garantizar la seguridad del consumidor

expone el sector, marcando las distintas certificaciones exigidas por los clientes y el trabajo de trasfondo que esto conlleva. Para ello, una vez más, hizo hincapié en que sin la ayuda del primer eslabón de la cadena, el agricultor, se hace complicado cumplir con las obligaciones que imponen los clientes y la normativa en sí.

Por último, Alfredo Martín, Director Comercial del Grupo Agro Sevilla, y David Aguilar, Responsable de Exportación de Oleoestepa SCA para la zona de Asia, hicieron referencia a la problemática con la que se han ido encontrando a lo largo de los años con los clientes. Ambos comentaron cómo en ocasiones los impedimentos de venta que presentan ciertos países o más en concreto ciertos clientes, tanto en lo referente a límites máximos de residuos como a ciertos criterios de calidad o especificaciones concretas para un producto determinado, van dirigidas más a poner limitaciones al mercado ya sea por intereses políticos o propios de cada empresa que a cumplir di-

chas cualidades. Los mercados son muy restrictivos y a la hora de poder vender o no a los clientes son muchos los condicionantes que entran en juego, por lo que tanto Agrosevilla como Oleoestepa deben estar preparadas siempre para ofrecer el mejor producto de calidad, libre de residuos y competente en el mercado.

Como conclusión común, los conferenciantes coincidieron en los siguientes puntos:

- La industria agroalimentaria está avanzando a pasos agigantados, debido a las exigencias de los clientes, la administración y las propias aduanas de los países donde se exporta, por lo que debemos estar preparados y ser un grupo a la hora de afrontar la importancia y valor del concepto de sostenibilidad, que no es más que un equilibrio entre tres aspectos fundamentales: Económico, social y ambiental de la actividad que estamos desarrollando, "tres pilares" que deben tenerse en cuenta por parte de las comunidades, tanto empresas como personas.
- Es fundamental seguir las recomendaciones de los técnicos asesores, conocedores de las normativas exigidas tanto en campo como en la industria, por lo que a la hora de hacer un tratamiento o labor, la recomendación del técnico especialista es esencial.
- Es primordial mantener un diálogo transparente entre agricultores y técnicos, ya que cada vez son más los clientes que exigen hacer un seguimiento en campo de la materia prima que consumen, por lo que de nuevo el agricultor representa un papel principal en la cadena de producción, debiendo cumplir con los requisitos que se exigen para comercializar la aceituna.



XVII Jornadas Técnicas del Aceite de Oliva Virgen Extra

Oleoestepa volvió a celebrar un gran evento que, en esta ocasión, bajo el lema "El valor de una marca sostenible" estuvo enfocado en la importancia del olivar frente al cambio climático y la generación de valor en el virgen extra

Oleoestepa, entidad amparada por la Denominación de Origen Estepa, organizó una nueva jornada técnica con el objetivo de que su territorio continúe siendo una auténtica referencia tanto a nivel de calidad como del cuidado del medio ambiente a través de una agricultura responsable y sostenible.

Las XVII Jornadas Técnicas del Aceite de Oliva Virgen Extra organizadas por Oleoestepa estuvieron divididas en dos sesiones, la primera de ellas protagonizada por la importancia del cultivo del olivar frente al cambio climático y la sesión de clausura trató temas como "La cuarta revolución industrial: Nuevos Clientes, nuevos empleos y nuevas necesidades de gestión" y las estrategias de gene-

ración de valor en la categoría del aceite de oliva.

Olivar y Cambio Climático

La primera jornada del evento estuvo protagonizada por el Catedrático de la Universidad de Córdoba y Presidente de la Real Academia de Ingeniería, Elías Fereres Castiel, que durante su conferencia afirmó que "En las dos últimas décadas hemos cambiado a una agricultura de conservación, más precisa con el agua de riego, los fertilizantes, que incorpora la lucha integrada en el control de plagas e incluso se tiende a sistemas de producción ecológicos, que no requieren aportes externos".

Otro de los mensajes destacados que

lanzó el investigador fue que "Habrá que seguir intensificando la tierra que tenemos, pero de forma sostenible, con menos impacto negativo en el medio ambiente, a diferencia de lo que ocurrió en los 80, porque tiene que perdurar para las siguientes generaciones. Hay que reducir la huella de la agricultura y la producción de alimentos en el medio ambiente".

La conferencia despertó el interés de todos los asistentes, al ser la Comarca de Estepa y Puente Genil un territorio olivarero plenamente comprometido con el medio ambiente.

Jornada de Clausura

Oleoestepa clausuró las XVII Jornadas Técnicas del Aceite de Oliva



El Catedrático Elías Fereres Castiel durante la conferencia

Virgen Extra con unas conferencias destinadas a dar respuesta a un consumidor que exige cada vez más la presencia de marcas que no solo ofrezcan productos de alta calidad, sino que también respeten el medio ambiente.

En esta jornada interviniieron José Ignacio García Pérez, profesor titular de fundamentos del análisis económico de la Universidad Pablo de Olavide, con una conferencia sobre la cuarta revolución industrial, y la interesante mesa de debate formada por Ignacio García Magarzo, Director de ASEDAS, José Luis García del Pueyo, profesor del Instituto San Telmo

y Paco Espert, Director General del departamento de compras de transformados del campo de Mercadona, que hablaron sobre las diferentes estrategias con las que se puede generar valor en el aceite de oliva virgen extra y conseguir que el consumidor lo aprecie como merece.

Tras la mesa de debate tomó la palabra Alfredo García Raya, Presidente de Oleoestepa, que destacó durante su intervención que "Oleoestepa ha sido pionera en el desarrollo de un proyecto sostenible con la implantación del 100 % del sistema de producción integrada en la totalidad de sus almazaras y de la actividad agri-

cola en sus más de siete millones de olivos". En este sentido afirmó que "supimos ver hace años la necesidad de ser exigentes con el respeto al medio ambiente y hoy estamos constatando la sensibilidad que despierta en la sociedad cómo explotar los recursos naturales de manera sostenible".

Durante las jornadas tuvo lugar la entrega de los premios a la calidad a los aceites de oliva vírgenes extra producidos por las almazaras asociadas a Oleoestepa, en la que Alfredo García destacó "Oleoestepa ha conseguido que el 90% de su producción, que se eleva por encima de los 30 millones de kilos, sea aceite de oliva virgen extra, lo que supone un hito histórico dentro del sector del aceite de oliva y una demostración de que se puede ser a la vez sostenible y de extraordinaria calidad".

El Presidente de Oleoestepa S.C.A. afirmó que "no estamos ante una cooperativa por una mera clasificación empresarial sino porque se trata de un modelo empresarial cooperativo en el que cada parte integrante -agricultores, técnicos de laboratorio, técnicos agrónomos, maestros de almazara, gerentes y un largo etcétera- es clave para conseguir un producto excelente y sostenible".

Alfredo García finalizó su intervención destacando que Oleoestepa "lleva 30 años apostando por un proyecto basado en la creación de valor y la diferenciación", por lo que ha reclamado a la administración "que no apueste solo por proyectos basados en aspectos cuantitativos y de volumen, sino también por entidades como Oleoestepa basadas en una diferenciación cualitativa".

Carmen Ortiz Rivas, Consejera de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, fue la encargada de clausurar las jornadas y en su intervención destacó que "Oleoestepa es un ejemplo de calidad, sostenibilidad y búsqueda constante de la excelencia en el aceite de



Alfredo García Raya (Presidente de Oleoestepa) y Carmen Ortiz (Consejera de Agricultura)

oliva y gracias a ello os habéis convertido en un referente de la producción integrada y habéis construido un proyecto sólido y una marca reconocida, que gana valor cada día".

GALARDÓN OLEOESTEPA 2016

Durante la jornada de clausura tuvo lugar la entrega del Galardón Oleoestepa 2016 a la Asociación ATPIOlivar, por su larga trayectoria trabajando para mejorar y difundir el conocimiento en técnicas de cultivo en olivar, que de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente, favorecen la obtención de frutos sanos y de excepcionalidad calidad, así como definiendo medidas y recomendaciones de manejo en las almazaras que garantizan desde su origen la obtención de los aceites de oliva vírgenes extra.

Entre los hitos logrados por la asociación ATPIOlivar, presidida por Carlos Cabezas, destaca la modificación



Carlos Cabezas (Presidente de ATPI Olivar) y Alfredo García Raya (Presidente de Oleoestepa)

normativa del Reglamento Específico de Industrias de Obtención para que se reconozca a la Producción Integrada de Andalucía como calidad 'Virgen Extra', convirtiéndola en una norma oficial que reconoce este parámetro de calidad.

Carlos Cabezas recogió el galardón y afirmó durante su intervención que "es un honor recibir este reconocimiento que no solo es para la Asociación, sino para todos aquellos que apuestan de manera decidida por la Producción Integrada".

IV Ciclo de Cursos Prácticos Sector del Olivar



**Control Fitosanitario del Olivo
y Regulación de Maquinaria**



Riego y Fertirrigación de olivar



Abono del Olivar

Organizan e imparten:

Información y Matrícula

target
asesores



| ☎ 954 820 436 / 955 265 533
c/ Médico Antonio Vilches, 6
41560 Estepa (Sevilla)
Fax: 954 305 431
info@targetasesores.com



Juan Miguel Martín, en representación de Agrícola El Rubio, recibe de manos de José María Loring, Presidente de la D.O.P.Estepa, uno de los galardones del evento



Eduardo Moriana, Presidente de Olivarera Casariche, recibe el premio otorgado a su cooperativa de manos de Salvador Martín, Alcalde de Estepa



Eduardo Pérez, Presidente de San José de Lora de Estepa, recogió el galardón a la bodega de la cooperativa, de manos de José Manuel García, de la Caja Rural del Sur



Representantes de Ntra.Sra.de la Paz recibieron en las jornadas técnicas numerosos premios por la calidad de sus aceites de oliva vírgenes extra



La Inmaculada Concepción S.C.A. fueron una de las grandes triunfadoras de los premios entregados por Oleoestepa durante sus jornadas técnicas



Antonio Moreno recoge el premio honorífico en representación de Manuel Moreno, Ex-Gerente de la Inmaculada Concepción S.C.A., por su trayectoria profesional

OFERTA ESPECIAL



**115CV
3 años 0%
por tan solo**

**34.999 €
+IVA**

OFERTA ESPECIAL

Financiación a 3 años al 0%

TAE: 0,95%*

**y ahora de regalo
SEGURO DE
CIRCULACIÓN**

Equipación ofertada: Cabina original con A/A, inversor hidráulico, bomba Megaflow de 101L, puente delantero y trasero reforzado, neumáticos 340/85r24 y 16.9r34, contrapesos delanteros y toma de fuerza 540/540E. Consulte condiciones especiales para paquete Dual Command.

*T.A.E.: 0,95%. Ejemplo calculado para una operación de préstamo de 10.000€, 36 cuotas mensuales de 283,61€. Comisión de apertura y gastos de estudio: 0,5% con posibilidad de financiación. Gastos de inscripción en el Registro: 95€. Cuotas post pagables. Importe máximo a financiar en serie T4 25.600€. Intereses subvencionados por New Holland. Financiación realizada a través de CNH Industrial Capital Europe Sucursal en España. Campaña aplicable en los concesionarios adheridos a la misma. Las cuotas incluyen un seguro de protección de pagos CARDIF. CIF: A0012421D. Tfno: 91 590 30 01. **Campaña vigente hasta el 31 de agosto de 2016.** Operaciones sujetas a estudio y aprobación. No incluye transporte ni matriculación.



www.newholland.es

ITT CM93
Compañía Maquinaria 93 SA

Autovía Sevilla-Utrera, km. 8 • 41500 Alcalá de Guadaira (SEVILLA)

Antonio Moreno. Tel: 660 486 457

www.ittgrupo.com



Entrevistamos a Alfredo García Raya, Presidente de Oleoestepa S.C.A., que afronta su quinto año al frente de la entidad con gran ilusión y con numerosos retos para seguir consolidando el aceite de oliva virgen extra de la entidad entre los más reconocidos en todo el mundo.

¿Podría hacer un balance de sus primeros 4 años al frente de Oleoestepa S.C.A.?

Oleoestepa tiene unas señas de identidad que la definen claramente como empresa líder en la elaboración de aceites de oliva virgen extra.

En estos cuatro años hemos reforzado aún más si cabe esas señas de identidad, a la vez que se ha experimentado un importante crecimiento en aspectos que marcarán nuestro futuro. Así, hemos pasado de tener unas medias anuales de producción de 26.300 Tm a alcanzar medias de 30.000 Tm anuales, si analizamos los dos últimos quinquenios. Hemos aumentado el personal y los recursos dedicados a la exportación, pues entendemos que es en el mercado exterior donde está el futuro del olivar español. Hemos incrementado fuertemente el volumen de aceite envasado, tanto con marcas de distribución como con marca Oleoestepa. Se ha creado un departamento

de Marketing y por primera vez se han dedicado recursos de manera estable y continuada a potenciar el valor de nuestra marca. Como se ve son todos aspectos que como decía al inicio refuerzan y consolidan el carácter de empresa líder del AOVE que es Oleoestepa.

¿Qué valoración hace de la situación actual del sector del aceite de oliva y qué evolución se espera?

Afortunadamente el sector de aceite de oliva atraviesa por un momento de estabilidad como hacía tiempo que no se producía. El hecho de haber obtenido en las últimas campañas producciones a nivel general por debajo de lo que cabría esperar ha producido unos niveles de precios que han hecho que el sector recuperara la rentabilidad que había perdido en los años precedentes.

Las dos últimas campañas, sobre todo la última, han sido para Oleoestepa y con ella para sus agricultores oliva-

reros las mejores de su historia. Pero hay que ser realista y sabemos que a poco que la climatología se comporte de una manera normal nos iremos a producciones que generarán tensiones en los precios, por lo que hay que desarrollar una política expansiva fuera de nuestras fronteras que equilibren oferta y demanda y que hagan que esas tensiones en los precios se reduzcan al mínimo.

Oleoestepa es reconocida nacional e internacionalmente por la calidad de sus aceites pero, en su opinión, ¿Cuáles son los retos que debe afrontar la entidad en los próximos años?

Nuestro reto más importante debe ser atender adecuadamente a todos nuestros clientes, cada vez más numerosos, y sobre todo conseguir que las explotaciones olivareras de nuestros socios tengan la mayor rentabilidad posible.



Entrevista

Estas dos premisas, tan aparentemente simples, solo se pueden conseguir produciendo más aceite de calidad y obteniendo mayor valor por nuestro producto, o sea, aumentando nuestra producción mediante incrementos productivos intrínsecos y extrínsecos con la incorporación de nuevas cooperativas, todo ello acompañado de una política de marca que consiga diferenciar el valor de nuestra marca Oleoestepa, que el consumidor esté dispuesto a pagar más por nuestro producto, fruto del conocimiento previo y valoración del mismo.

Oleoestepa S.C.A. ha integrado recientemente a la cooperativa San Juan Bautista, de Villanueva de San Juan. ¿Hay prevista alguna incorporación más para las próximas campañas?

En la última Asamblea General se ha aprobado un Protocolo de Integración que será un instrumento muy positivo para la incorporación de nuevas cooperativas al proyecto de Oleoestepa. Nuestra sociedad, además de estar obligada por Ley, está abierta a la incorporación de cooperativas que quieran hacer suyo el proyecto de Oleoestepa y estén dispuestas a dar los pasos necesarios para su incorporación en un plazo de tiempo razonable. Actualmente tenemos conversaciones con algunas empresas cooperativas de la zona y aunque no hay nada concreto nos mantendremos en esa línea de contactos y acercamientos mutuos.

¿Cuál cree que es el secreto de la excelencia alcanzada por las entidades asociadas a Oleoestepa?

Lo primero creer en nuestro proyecto de empresa y a partir de ahí trabajar todos en la misma dirección. Los agricultores cuidando y mimando sus explotaciones y sus olivares, nuestros técnicos agronómicos orientando y velando por la calidad y salud de los frutos, nuestras almazaras obteniendo el mejor aceite



Nuestro reto más importante debe ser atender adecuadamente a todos nuestros clientes, cada vez más numerosos, y sobre todo conseguir que las explotaciones olivareras de nuestros socios tengan la mayor rentabilidad posible.

possible y Oleoestepa clasificando vendiendo y obteniendo el mayor valor a nuestros productos. Así de simple, pero así de constante.

¿Podría comentarnos en qué momento se encuentra Oleoestepa en las siguientes áreas?

Producción Integrada: El 100 % de nuestras cooperativas están certificadas para el cumplimiento del reglamento y un altísimo porcentaje

de nuestras explotaciones están ya en producción integrada. El protocolo de integración del que antes he hablado determina que para poder integrarse en Oleoestepa es condición necesaria estar en producción integrada o comprometerse a estarlo en un plazo de dos años.

Comercialización Nacional: Oleoestepa es hoy la marca de aceite de oliva virgen extra envasada por



cooperativas con mayor penetración en el mercado nacional y con un posicionamiento de los más altos del lineal acorde a sus ventas en otros canales. Prácticamente podemos encontrar la marca Oleoestepa con mayor o menor presencia de formatos diferentes en todas las cadenas de la gran distribución española. La evolución de las ventas de la marca Oleoestepa mantienen crecimientos este año próximo al 15% después de cerrar el pasado ejercicio con crecimiento superior al 20%. Mayores acciones de comunicación y notoriedad de la marca y aumento de la cartera de cliente han sido las claves

Exportación: Oleoestepa tiene segmentado el mercado exterior en tres grandes áreas: América, Asia y Europa. Los países más importantes por volumen son Estados Unidos, Canadá, China, Japón, Alemania, Austria, Francia, Italia y Croacia. Hay múltiples oportunidades que estamos valorando y en la que estamos enfocando nuestros esfuerzos y aplicación de recursos. La internacionalización de Oleoestepa se está llevando a cabo desde hace años y comenzamos a ver los resultados ahora. El comercio del aceite de oliva español está abocado a crecer y liderar los mercados internacionales.

Nivel de Calidad: En Oleoestepa tipificamos el 100 % del aceite producido por nuestras 17 almazaras y los resultados son fantásticos pero miramos en detalle y sabemos que aún se puede hacer algo más. Hoy el resultado de los análisis químicos y sensoriales de nuestros aceites arroja un resultado que oscila entre el 87% y 90 % de calidad virgen extra, el resto es de calidad virgen y lampante. Hay que conocer el proceso de extracción de los aceites de oliva y el equilibrio con los agotamientos industriales para comprender que estos datos son muy buenos.

Hace unos años Oleoestepa se mar-

có el objetivo de elaborar aceites vírgenes extras de máxima calidad química y sensorial y garantizar con técnicas de producción integrada los mismos resultados que puedan certificar los aceites ecológicos en cuanto a ausencia de fitosanitarios y los avances han sido muy buenos gracias a la conciencia que hay entre nuestros socios y la buena labor que están prestando nuestros técnicos agrónomos al frente de las APIs.

Promoción y notoriedad de marca: Oleoestepa diseñó hace dos años un plan de comunicación y marketing con un departamento interno propio y con la aplicación de unos recursos económicos que se obtienen por las ventas de aceites con la marca Oleoestepa y hasta hoy, como ya he dicho anteriormente, las ventas crecen, el beneficio también y la notoriedad de Oleoestepa es evidente. Tenemos en cartera en los próximos meses medir esta notoriedad de nuestras marcas, es un buen ejercicio.

¿Cuáles son los planes de Oleoestepa para el terreno anexo a las actuales instalaciones?

Creo que ya le he apuntado y si no, se lo digo ahora, que en los próximos meses vamos a llevar al Consejo Rector para su debate y aprobación en su caso, el Plan Estratégico de Oleoestepa. En ese instrumento deberemos definir con nitidez donde queremos que esté situada nuestra empresa en un horizonte temporal máximo de cinco años. Qué recursos deberemos dedicar a ello y definir el calendario, la financiación, las prioridades, etc., en definitiva, lo que podríamos llamar la hoja de ruta para alcanzar los objetivos definidos en el Plan.

Dentro de esos objetivos se encuentra qué hacer con la parcela de Oleoestepa que linda con la Autovía y que actualmente hemos cercado y adecentado. Mi idea es que esa parcela, además de servir como expan-

Oleoestepa es hoy la marca de aceite de oliva virgen extra envasada por cooperativas con mayor penetración en el mercado nacional y con un posicionamiento de los más altos del lineal

sión de la zona industrial de nuestra cooperativa (industria envasadora, almacén de productos terminados y materias primas, etc.), tenga un uso fundamentalmente comercial.

Oleoestepa se nos está quedando pequeña y hay que buscarles acomodo a todos nuestros comerciales de forma que puedan llevar a cabo sus funciones de atención a nuestros clientes y proveedores de una manera adecuada. Para ello se hace necesario construir unas instalaciones que sirvan a tal fin, además de aprovechar y establecer un espacio de ventas que haga más cómodo el acceso de todos nuestros clientes que cada vez en mayor número adquieren sus productos directamente en nuestras instalaciones. Pero como le digo, eso es parte del Plan estratégico que habremos de presentar al Consejo y debe ser este órgano el protagonista en este asunto.



Imagen de la nueva fachada de la tienda de Puricon



Aniceto Sánchez ha renovado su cargo como Presidente de Puricon S.C.A. con el objetivo de consolidar el alto nivel alcanzado por la entidad tanto a nivel de calidad de su aceite de oliva virgen extra como de comercialización

¿Podría hacer un balance de sus primeros cuatro años al frente de PURICON, S.C.A.?

Quiero recordar que cuando fui nombrado Presidente de Puricon, hace cuatro años, dije que el nivel que había cogido la Cooperativa estaba muy alto, pero que con un poquito de suerte, trabajo, y con la ayuda de Dios, intentaría subir ese nivel.

Entiendo que después de cuatro años, como mínimo, lo hemos mantenido, y como veis hablo en plural, porque entiendo que esto no solo es trabajo del Presidente. Este trabajo empieza en el campo, donde sé que todos los componentes de esta Cooperativa miman el producto en su producción integrada y en su recolección.

También se han ido mejorando las instalaciones, para facilitar las entregas a los socios de sus aceitunas, mejorando las tolvas de descarga, la limpieza y pesado, y aumentando la capacidad de almacenamiento.

Se ha instalado una nueva línea de 400 toneladas para la segunda ex-

Se han mejorando las instalaciones para facilitar la entrega de aceitanas, las tolvas de descarga, la limpieza,...

tracción en continuo, obteniendo un mayor porcentaje de extractabilidad del producto.

Todo esto, son valores añadidos en el precio final que, pagamos a nuestros socios.

Por supuesto, en todas estas inversiones nos hemos acogido a las Ayudas que la Junta de Andalucía ha ido presentando en cada momento.

¿Cuál ha sido la producción alcanzada por la cooperativa en la actual campaña y cual es la valoración respecto a las calidad de los aceites obtenidos?

El total de kilos molturados son 12.923.529, con un rendimiento medio real del 19,62 % y una producción de aceite de 2.536.000 Kgs, de los cuales 86% de aceite Virgen Extra, 10% de aceite de oliva virgen y 4% de aceite de oliva lampante, incluido en estos últimos el aceite obtenido en la segunda extracción.

¿Cómo valoraría la situación actual del mercado a nivel de precios y cómo cree que será su evolución?

En estos cuatro años los precios que hemos alcanzado por nuestro aceite han sido los que se reflejan en la tabla de la página siguiente.

De esta forma vemos la evolución de los precios que hemos obtenido en estos cuatro años y pienso que la campaña en curso puede estar próxima pero inferior a la 14/15.

	Kg Aceitunas	Kg Aceite	€ / Kilo
Campaña 11/12	12.382.724	2.337.996	2,1018
Campaña 12/13	14.405.555	2.352.675	2,8118
Campaña 13/14	14.919.327	2.746.597	2,2961
Campaña 14/15	11.194.961	2.208.000	3,5923

Entiendo que si seguimos haciendo las cosas bien, mejorando cada día y cada uno en su parcela, el nivel de precios se puede mantener.

El consumo, tanto interno como externo, sigue aumentando a pesar de la crisis y la subida del producto en origen.

Es importante señalar que es precisamente el Aceite de Oliva Virgen Extra la categoría que más crece en el mercado exterior, ya que en el consumidor está calando las bondades saludables del producto.

Si las ventas del mercado nacional sigue subiendo o manteniéndose por encima de los 110.000 toneladas mensuales, los precios actuales se podrán mantener; todo dependerá de que la producción se pueda mantener estable, porque las nuevas plantaciones compensen la vejería.

Pero con el buen hacer de todos, manteniendo o aumentando la calidad, y con la gran labor que hace la Interprofesional, creo que el mercado no dejará de crecer, porque una extensa parte del consumo potencial del aceite de oliva virgen extra está aún por conquistar.

Si pensamos que hace 25 años teníamos una producción de 600.000 toneladas y en esta campaña se ha llegado aproximadamente a 1.400.000 Tn de aceite que prácticamente se consume todo, salvo una pequeña cantidad para solape de campaña.

Esta estabilidad de precios la podemos conseguir cuidando la calidad y velando por la marca. Estos dos pi-

lares aseguran el consumo de este gran producto que es nuestro Aceite de Oliva Virgen Extra.

A nivel comercial ¿Qué objetivos se plantea como marca?

Nuestro mayor objetivo es consolidarnos en el mercado como uno de los mejores Aceites de Oliva Virgen Extra.

Hemos modernizado nuestra imagen en nuestros envases, dando protagonismo al campo y a nuestros agricultores.

Se ha pintado un gran mural en la fachada exterior, con la imagen de nuestro olivar tradicional, con la se identifica nuestros envases; que es conocido por millones de personas que circulan por la A-92.

Y actualmente estrenamos mural con un bodegón de nuestros productos en la fachada principal de nuestra tienda, con el eslogan de "Para paladares exigentes"

Lógicamente, lo importante es el aceite, tanto envasado como a granel, y creo que hemos conseguido que nuestros clientes, sepan y aprecien la calidad del producto que se obtiene en nuestra Cooperativa, Puricon.

¿Cuáles son los retos que se plantea Puricon para los próximos años?

La verdad es que tal y como está el mercado en estos momentos, nuestro mayor reto es continuar haciendo las cosas bien, para no bajar el listón que nuestra querida Cooperativa ha conseguido.

Para ello, quiero concienciar a todos los componentes de la Cooperativa, que ese mayor esfuerzo que supone este buen camino, al final siempre es compensado, porque podremos conseguir el mejor precio del mercado.

Como postdata de esta entrevista, me gustaría llamar la atención a los



Nuestro mayor objetivo es consolidarnos en el mercado como uno de los mejores aceites de oliva vírgenes extra

responsables, que si en Enero de 2014 se tomó la medida de envase irrelLENable, vigilen su cumplimiento y no empecemos a ver de nuevo esas aceiteras sucias encima de los mostradores y mesas de los establecimientos.

Todos tenemos que poner de nuestra parte, para que este producto, que tanto mimamos y tanto nos cuesta producir, llegue al consumidor con la mejor calidad y estética. Es la única forma de que el consumo siga creciendo, puesto que este es el gran flotador para nuestros olivares.



José María Loring, Presidente de la Denominación de Origen Estepa, hace balance de sus años al frente de la entidad y un recorrido por la evolución del sector oleícola y la olivicultura de la Comarca de Estepa y Puente Genil

¿Cuál cree que fueron los primeros pasos que se dieron en el territorio para contar con un sello de calidad como el de la Denominación de Origen Estepa?

Hace más de 30 años el objetivo principal de los olivareros y cooperativas de la comarca era mejorar la comercialización de los aceites de oliva. Para ello teníamos que crear una cooperativa de 2º grado donde se integraran todas las cooperativas y concentraran las ventas en común de nuestros aceites de oliva.

Para profesionalizar la venta en común teníamos que contratar un gerente cuyo objetivo fundamental fuera la venta de esos aceites. Esta profesionalización requería además conocer perfectamente la calidad de los aceites que estábamos produciendo en el territorio, para lo que era necesario contar con un laboratorio que los analizara.

Se estaban dando los primeros pasos de la creación de Oleoestepa, y

la Administración tenía por otra parte proyectos como el nuestro, las Agrupaciones de Productores Agrarios (APAS).

¿Cuál cree que fue el momento de la auténtica revolución en nuestro olivar y el sector del aceite de oliva?

El gran cambio en el sector del aceite de oliva en nuestra Comarca y en España se produjo con la entrada en la Unión Europea hace 30 años, y los motivos fueron varios:

- Hubo un cambio regulatorio enorme ya que en la Unión Europea había precios y ayudas que eran casi el doble de lo que se cobraba en España.
- Respecto a los precios existían diferenciaciones importantes según las distintas calidades de los aceites de oliva virgen. Se tenían en cuenta las características organolépticas de los distintos tipos de aceite de oliva.

• Por otro lado, existían ayudas importantes para la industria, de forma que ésta pudiera moler el mismo día de recogida todas las aceitunas y se modernizaran las almazaras.

• Por último, también había otra normativa para la creación de cooperativas de 2º grado donde se mantuviera la comercialización en común a través de las Agrupaciones de Productores Agrarios (APAS).

En España estas normativas y ayudas han incentivado que en los últimos 30 años se plantaran 600.000 hectáreas de olivar, pasando de 2 millones de hectáreas en el año 1986 a las 2.600.000 hectáreas de la actualidad.

En nuestra Comarca se aprovecharon estas circunstancias con la creación de Oleoestepa, fruto de una difusión muy fuerte que se realizó a través de la organización ASAJA y que tuvo en las cooperativas de nuestro territorio una gran acogida.



La D.O.P. Estepa debe seguir siendo un entidad de relevancia para nuestro territorio

Al mismo tiempo hay que señalar los planes de reconversión del olivar que se pusieron en marcha en el periodo 1978-1984 que permitió el inicio de una gran transformación del olivar español con la sustitución del olivar tradicional por una nueva olivicultura donde la comarca de Estepa tuvo un lugar muy destacado, con los olivares intensivos, la producción integrada, la introducción de nuevas variedades como el arbequino y los nuevos regadíos. Todo ello ha permitido que tengamos en la comarca una olivicultura eficiente, productiva y respetuosa con el medio ambiente.

El éxito de este trabajo de mejora de la calidad de los aceites de oliva virgen extra experimentó en la comarca de Estepa y Puente Genil la creación de una Denominación de Origen, ya que había que proteger el nombre de Estepa, y la diferenciación de su aceite de oliva virgen extra

Tras más de 10 años al frente de la D.O.P.Estepa, ¿Cuál es su visión del papel que debe seguir ejerciendo la entidad?

La D.O. a lo largo de estos 10 años, además de certificar la calidad de nuestros aceites de oliva vírgenes extra, con parámetros muy superiores a los legalmente exigidos, ha realizado otras actividades para mejorar el olivar de la Comarca, el aceite que

se produce y el conocimiento que los consumidores tienen de nuestro producto.

En este sentido, la entidad debe seguir cumpliendo estas dos funciones de control y promoción durante los próximos años, especialmente en un mercado en el que la calidad es cada vez más valorada y en el que los consumidores muestran un mayor interés por el producto.

El aceite de oliva virgen extra sigue siendo un gran desconocido para muchos consumidores, ya que en España no se ha destacado suficientemente la diferenciación entre los diferentes tipos de aceite de oliva: Aceite de oliva, aceite de oliva virgen y aceite de oliva virgen extra. Además, la Administración ha tolerado y permitido que en la distribución se comercialicen como aceites de oliva vírgenes extra aceites que no lo son.

Para dar a conocer los distintos tipos de aceite la D.O.P.Estepa creó hace más de 10 años "La Escuela del Aceite". Esta actividad ha consistido en organizar numerosas catas de aceite guiadas en la que explicamos cómo podemos reconocer un buen aceite de oliva virgen extra frente a un mal aceite. Estas charlas se han celebrado en nuestra Comarca y fuera de ella, en asociaciones de amas de casa, colegios, escuelas de restauración y en todo tipo de instituciones que han facilitado nuestras acciones.

En el área de formación, desde hace varios años, se organiza la Cátedra "José Humanes" con el fin de difundir conocimientos técnicos entre los agricultores para mejorar sus explotaciones.

La D.O.P.Estepa debe seguir impulsando también el desarrollo del conocimiento, por parte del agricultor, de materias que van evolucionando como el modelo de plantación de olivar, la gestión del suelo, la aplicación de productos fitosanitarios, el uso del agua o las mejoras en la recolección

de la aceituna. Aquí, a través de la Cátedra "José Humanes", la entidad cuenta con un proyecto presente y futuro cada vez más consolidado.

El desarrollo de la Producción Integrada en estos 30 años nos ha planteado la necesidad de certificar con el sello de la D.O.P. esta nueva olivicultura que se ha estado implantando en las 50.000 hectáreas de nuestro territorio.

Por otro lado, también debemos incentivar la puesta en marcha de proyectos que aporten valor al territorio, como la creación de un centro de oleoturismo que pueda ofrecer al visitante de la comarca la posibilidad de conocer la historia y la calidad de nuestros aceites.

En definitiva, la D.O.P.Estepa debe seguir siendo una entidad de relevancia en nuestro territorio para poner en valor la gran labor de nuestros olivareros y la calidad de nuestros aceites de oliva vírgenes extra.

¿Qué balance hace de sus años al frente del Consejo Regulador?

El balance es muy positivo. Durante estos diez años la entidad ha conseguido consolidarse en el sector del aceite como una auténtica referencia como modelo de trabajo.

Durante la etapa que llevo al frente de la entidad también he podido disfrutar de una gran cantidad de premios a la calidad recibidos por nuestras entidades asociadas, tanto almazaras como envasadoras, que han conseguido que el mundo mire a la comarca de Estepa y Puente Genil cuando se hable de aceite de oliva virgen extra.

Entre ellos se encuentran galardones tan importantes como el premio al mejor aceite de oliva virgen extra de España, otorgado por el Ministerio de Agricultura y Alimentación, el Mario Solinas que concede el Consejo Oleícola Internacional o el premio al



José Mª Loring, Presidente de la D.O.P. Estepa

mejor aceite de oliva virgen extra de la provincia de Sevilla, que entrega la Diputación Provincial de Sevilla y que se ha conquistado en numerosas ocasiones.

La Denominación de Origen Estepa también ha recibido reconocimientos de importantes instituciones que han valorado el papel de la entidad en proyectos como la “Cátedra José Humanes” o la “Biblioteca Gastronómica”, consolidados ya dentro de los proyectos de promoción.

Considero que uno de los objetivos más importantes que hemos cumplido es haber colaborado en transmitir a los olivareros la importancia de mantener un sistema de constante mejora de la olivicultura y de la calidad de los aceites de oliva vírgenes extra para continuar siendo una referencia a nivel mundial.

¿Cuáles son los principales proyectos que la D.O.P. Estepa ha desarrollado desde que ejerce como Presidente?

Tenemos muy claro que uno de nuestros proyectos más importantes, como indicaba anteriormente, es “La Escuela del Aceite”, con la que estamos consiguiendo llevar la cultura del aceite a miles de personas. Cuantos más consumidores sepan apreciar un aceite de oliva virgen extra mejor le irá a nuestras entidades asociadas, que solo producen y comercializan aceites de altísima calidad.

Otro de los proyectos que han tenido continuidad durante los últimos años es la biblioteca gastronómica, que pronto contará con su sexto libro, en esta ocasión sobre aceite de oliva virgen extra y técnicas gastronómicas. Sin duda, se trata de una de las líneas de promoción más interesantes y que han dado mejores frutos a la entidad.

Por último, podemos presumir de ser una referencia en internet dentro del mundo de las denominaciones de origen, ya que por ejemplo en redes

sociales somos una de las pioneras y una de las que cuentan con mayor número de seguidores y mayores índices de interactividad. La Denominación de Origen Estepa apostó por este medio hace más de 10 años y se ha consolidado gracias a la creación de contenidos originales que ponemos a disposición de los consumidores a través de facebook, twitter, youtube y google plus.

Son muchos otros los proyectos que se han puesto en marcha y otros que, por circunstancias, no han podido desarrollarse, pero que se tratan de grandes ideas que tarde o temprano verán la luz.

¿Cuáles son las líneas en las que trabajará la entidad en los próximos años?

Además de seguir afianzando las líneas estratégicas en las que llevamos trabajando durante años, uno de los objetivos de la entidad es poner en marcha un proyecto de oleoturismo escalable, es decir, que pueda ir creciendo progresivamente hasta convertirse en un centro de referencia. Sabemos que se trata de un reto complejo pero creemos que puede ser una gran vía para seguir aportando valor a todos los olivareros y las entidades asociadas.

El afianzamiento de las líneas de certificación de calidad de la Denominación de Origen Estepa es otro de los retos que nos planteamos, un proyecto que ha crecido mucho en los últimos años y que está ofreciendo a todos los olivareros y entidades adscritas un servicio de gran valor para el sector en nuestra Comarca. En este sentido, hemos crecido principalmente en la certificación de la producción integrada en todos los eslabones de la cadena, es decir, desde el agricultor hasta las almazaras y envasadoras.

Hay que destacar que la Producción Integrada es una técnica de cultivo respetuosa con el medio ambiente

que se ha implantado en todo nuestro territorio gracias, entre otros, a los Ingenieros Técnicos Agrícolas y que, desde la Denominación de Origen Estepa, no solo se certifica sino que se promociona su conocimiento para que sea cada vez más valorada por los consumidores.

Finalmente, nuestra idea es conseguir que el consumidor reconozca cada vez más el sello de la Denominación de Origen Estepa en una botella de aceite, que asocie ese sello a un producto excelente, a un producto reconocido internacionalmente.

Cuando nació la D.O.P. Estepa los consumidores no valoraban este sello de calidad en un aceite. ¿Cuál es su percepción sobre el consumidor actual en este sentido?

Como indico en mi respuesta anterior, para nosotros sigue siendo uno de nuestros principales retos. A pesar de ello, es cierto que durante los últimos años la percepción del consumidor ha cambiado, ahora estamos ante un consumidor más formado en materia de aceites y, por lo tanto, existe un mayor conocimiento sobre lo que representa el sello de una Denominación de Origen en una botella.

Por otro lado, es cierto que estamos en un mercado en el que existe una gran competencia, tanto en calidad como a nivel de precios, y gran parte de los consumidores sigue teniendo al precio como uno de los principales criterios de compra. Estoy convencido de que durante los 10 últimos años el conocimiento de nuestra marca, de la Denominación de Origen Estepa, ha aumentado exponencialmente gracias tanto al trabajo llevado a cabo por la entidad como por el desarrollado por las marcas amparadas.

Ya existe un número muy elevado de consumidores que, cuando van a comprar un aceite, buscan un “Estepa”, un aceite procedente de la comarca de Estepa y Puente Genil amparado por nuestra etiqueta.



Aterriza la ITEAF

Llega a Andalucía la Inspección Técnica de Equipos de Aplicación Fitosanitaria con el objetivo de comprobar que las máquinas están a punto, tanto para el tratamiento fitosanitario como para la seguridad del aplicador.

En estos tiempos en los que hacen falta más “papeles” que otra cosa para poder ejercer de agricultor, aterriza definitivamente en Andalucía las ITEAF (Inspección Técnica de Equipos de Aplicación Fitosanitaria).

Afortunadamente estas verificaciones son más prácticas que burocráticas, el fin es tener la máquina de aplicación a punto, tanto para el tratamiento fitosanitario como para la seguridad del aplicador.

Nada tiene que ver la ITV con la ITEAF, la primera es para poder circular por la vía pública y la ITEAF es para poder aplicar los productos fitosanitarios. Por lo tanto **se han de tener las dos inspecciones favorables para poder movernos y trabajar correctamente.**

Cuando hablamos de equipos de aplicación fitosanitaria que han de pasar la inspección nos referimos a Pulverizadores hidráulicos (Ej: Barras de herbicida), Pulverizadores hidroneumáticos (Ej: Atomizadores), Pulverizadores neumáticos (Ej: Nebulizadores), Pulverizadores centrífugos, Espolvoreadores, Avionetas de aplicación fitosanitaria e Instalaciones fija de invernaderos. Quedan excluidas de la inspección las mochilas y equipos de menos de 100 l de cabida.

Las ITEAF vienen reguladas para el ámbito de la Unión Europa en la DIRECTIVA 2009/127/CE y cada país miembro publicó en base a dicha directiva para dentro de sus fronteras.

En España se recoge en el REAL DECRETO 1702/2011 en el cual se dispone que cada comunidad autónoma

legisla al respecto, y **en Andalucía por fin llega el inicio del plan de inspecciones en la ORDEN 20 de Mayo de 2016.**

Se sorprenderán de que diga “por fin llega”, pues lo explico. Andalucía es la última región de Europa en empezar a realizar estas inspecciones, otros países miembros llevan muchos años con esto regulado y otras comunidades españolas también, en Andalucía llega casi 5 años más tarde, pero **la ley a nivel nacional obliga a que toda máquina de aplicación tenga la primera inspección realizada antes de 26 de noviembre de 2016**, desde esa fecha hasta 2020 ha de haber pasado una segunda inspección antes de los 5 años, y posterior a 2020 se realizará cada 3 años.

Centrándonos más en la Inspección en sí, **todas la maquinarias agrícolas han de estar registradas en el ROMA** (Registro Oficial de Maquinaria Agrícola), imprescindible para poder verificar la maquinaria de aplicación en una ITEAF.

La inmensa mayoría de las máquinas a inspeccionar corresponden a pulverizadores hidráulicos y pulverizadores hidroneumáticos, dado que este tipo de equipos no se pueden mover largas distancias, las unidades móviles de ITEAF se desplazarán al lugar donde se encuentre el equipo, o bien se podrían acordar puntos de inspección en cooperativas igual que se hace con la ITV agrícola.

Si fuese la inspección desfavorable la misma unidad volverá pasado un tiempo para verificar dicha subsanación. **Estas inspecciones**

se realizan con cita previa y dando prioridad a las empresas de servicio, atrias y maquinaria de cooperativas.

Para realizar satisfactoriamente las inspecciones **se recomienda realizar una visualización y/o reparación previa de la maquinaria para que la ITEAF sea favorable.**

Existen unos manuales previos para realizar la pre-ITEAF por parte del mismo agricultor, del técnico asesor o el taller. Los manómetros han de ser acordes a los rangos de precisión y evidentemente que estén calibrados, los conductos no pueden estar abrasados o corroídos, el depósito ha de estar ausente de fugas, trócola protegida, visualización de niveles del depósito desde la cabina, distribución de las boquillas uniformes,... La cuba ha de ir a la inspección limpia y con al menos la mitad del depósito lleno para poder realizar las comprobaciones, el operario ha de ir con su equipo de protección individual (guantes, mascarilla, mono,...) y la documentación de la máquina.

En estas líneas no se pueden explicar de una forma extensa las ITEAF y según el Real Decreto las mismas unidades de inspección han de realizar una labor de divulgación y formación. Por ello dejo una página web sobre toda la información necesaria. Una vez realizada la verificación por parte de la ITEAF, ésta emitirá un informe y un sello adhesivo para poder hacer los tratamientos correctamente.

<http://www.serviteaf.com/>



Caracoles con Gambas

INGREDIENTES

1 Kg. Caracoles, 2 Cebollas medianas, 1 Cabeza de ajo y 3 dientes, 4 Tomates maduros, 1/2 Kg. Chopitos, 250 g. Gambas, 200 g. Almejas, Sal, Laurel, Guindilla, Hierbabuena y Aceite de oliva virgen extra Hojiblanco de la Denominación de Origen Estepa.

PREPARACIÓN

Se lavan los caracoles con sal y vinagre para que echen todas las babas fuera. Se pone una olla al fuego con los caracoles, una cabeza de ajo, laurel, sal y hierbabuena. Se pone a fuego mínimo para que salgan los caracoles y que hiervan unos 20 minutos. En una sartén se pone aceite de oliva virgen extra y se hace un refrito con 3 dientes de ajo, las cebollas, los tomates y salpimentamos. Cuando esté hecho lo apartamos y pasamos por la batidora para hacer una salsa y reservamos.

En esa misma sartén volvemos a poner aceite de oliva virgen extra y sofremos los chopitos cortados, las almejas y las gambas peladas. Le echamos sal y guindilla y cuando esté hecho le ponemos la salsa y que hierva durante 2 minutos. Añadimos los caracoles ya cocidos, que hiervan unos 10 minutos y a servir.

Salmorejo de Aguacate y AOVE

INGREDIENTES

150 g de carne de aguacate (aguacates sin cáscara ni hueso), 5 g de ajo morado, 100 g de pan, 80 g de Aceite de Oliva Virgen Extra Selección de la Denominación de Origen Estepa, 8 g de sal, 480 g de agua de tomate

PREPARACIÓN

Primero realizamos un salmorejo “en blanco”, con todos los ingredientes excepto el aguacate. Mientras se forma la crema pelamos los aguacates y desecharmos el hueso. Añadimos a la batidora y trituramos hasta obtener casi una mayonesa. El aguacate favorecerá la untuosidad del resultado.

Corregimos de sal y de aceite de oliva virgen extra, pues el aguacate al ser graso disimula el punto de salinidad.





Formamos parte de ti



2016

CON CAJA RURAL DEL SUR

tuPAC2016

Experiencia

Profesionalidad

Confianza

Cercanía

PORQUE LA TIERRA NO ESPERA
ADELÁNTATE Y TRAMITA YA
LA PAC2016 EN TU OFICINA
DE CAJA RURAL DEL SUR

902 310 902

cajaruraldelsur.es

paccajaruraldelsur.es

Y de paso, llévate
este chaleco sin mangas
si pides tu anticipo PAC
o contratas RuralPac





Disfruta con Oleoestepa de un verano Verdaderamente Extraordinario.

Llega el verano. El mejor momento de disfrutar de salmorejos, ensaladas... y de la amplia gama de sensaciones que te ofrecen los aceites de oliva virgen extra de Oleoestepa.

Pon en tus platos todo el sabor y la salud de Oleoestepa.

Verdaderamente Extraordinario.



Visítanos



www.oleoestepa.com