

Oleoestepa se renueva

Oleoestepa, a través del nuevo diseño de sus envases, refresca su imagen para reforzar su personalidad productora

El mejor aceite

El aceite elaborado por **La Inmaculada Concepción S.C.A** es galardonado como el mejor virgen extra de la Provincia de Sevilla

VII Cátedra

Se pone en marcha la VII edición de la Cátedra de Olivicultura "José Humanes", con conferenciantes de gran prestigio



Una campaña histórica

El territorio, tras un buen año climatológico 2018, ha superado los 52 millones de kilos de aceite, una cifra récord.

Por decimoctava vez consecutiva, el aceite comercializado por Oleoestepa es el mejor virgen Extra de Sevilla

¿Qué es un olivo?

Un olivo

es un viejo, viejo, viejo

y es un niño

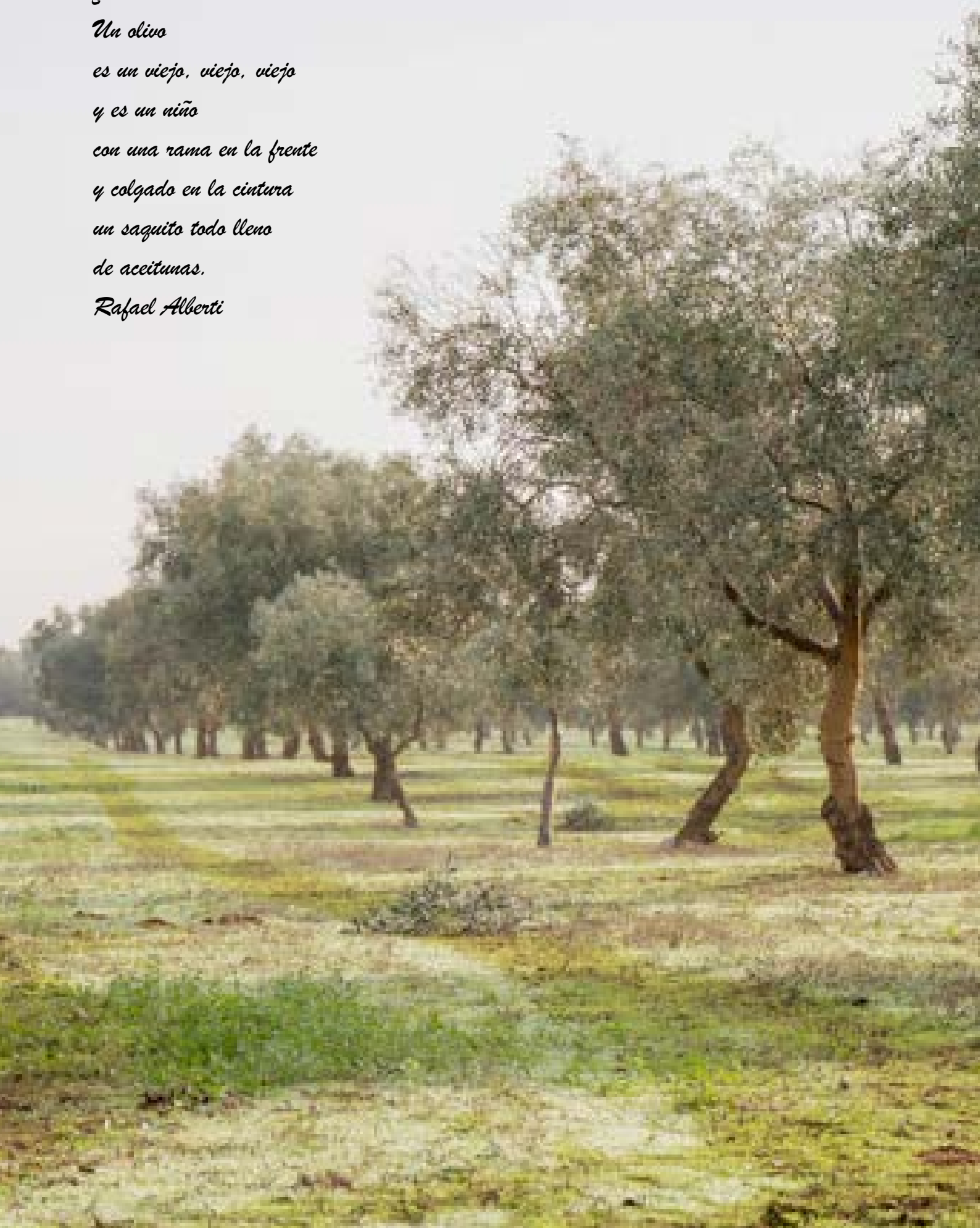
con una rama en la frente

y colgado en la cintura

un saquito todo lleno

de aceitunas.

Rafael Alberti



“Tendremos el destino que nos hayamos merecido”

Albert Einstein

Frutado Intenso número 42º, año record. Más de 50 millones de Aceite de Oliva Virgen inundan nuestra comarca. Lo predecible se manifiesta, las grandes cosechas van apareciendo y ¿vienen para quedarse?

Desde el nacimiento del a DOP. Estepa haya por el año 2004, el crecimiento de la superficie de has de olivar en España ha crecido un 8%, con un porcentaje importante en regadío, nuestro territorio no es una excepción. Nuevas plantaciones, nuevos marcos, nuevas circunstancias productivas que pronostican cambios o ya realidades.

Afortunadamente muchos son los deberes que desde nuestro territorio se han realizado en pro de fomentar esta mayor productividad y eficiencia ¿Pero son suficientes? NO.

Nuevamente dependemos de la bondad del Clima, ÚNICA regla imperturbable del sector agrario. Y ello, porque afecta especialmente a un factor clave y decisivo el Precio, elemento ensamblado irremediablemente a la oferta y la demanda. De nuevo “Zeus o Júpiter” o no se quién ¿nos salvará con su bondad climatológica?

Por ello este editorial que viene una vez más a insistir como los anteriores 41 en la necesidad de seguir trabajando, preparando nuestro olivar, reconvirtiendo cuando se puede y con cabeza, abriendo nuevas líneas, adquiriendo mayor capacidad de molturación en un menor tiempo, incrementando la capacidad de almacenamiento, apostando por la innovación aprovechando los subproductos, generando fuentes de riqueza y energía para nuestras explotaciones y para la comunidad en general.

Arriesgándonos por la conservación del medio ambiente, enriqueciendo nuestros suelos, conservándolos, luchando con la erosión, etc.

Apostando por la Promoción, son nuestras asignaturas más cruciales. Afortunadamente el desconocimiento que se tiene de nuestros productos, así como su consumo, hablamos del Virgen Extra, el verdadero zumo de la aceituna, es tan considerable que las posibilidades de crecimiento y de futuro de este producto son espectaculares.

Pero mientras se ajustan demanda y consumo, no debemos dejar nuestra suerte a los “dioses” sino al trabajo, al esfuerzo y a la inversión, eso sí, siempre con cabeza.



4 / MERCADO



Álvaro Olavarría, Director Gerente de Oleoestepa, realiza la segunda crónica oleícola de esta campaña.

8 / NOTICIAS



Descubre las últimas novedades de la Denominación de Origen Estepa y sus entidades asociadas, como el premio al mejor Aceite de la Provincia de Sevilla



11 / VII CÁTEDRA DE OLIVICULTURA “J. HUMANES”

Programa de la VII Cátedra de Olivicultura donde, de nuevo, habrá un interesante ciclo de conferencias relacionadas con el olivar y el aceite

16 / INVESTIGACIÓN

La D.O.Estepa está inmersa en diferentes proyectos de investigación para que su territorio siga siendo referencia del sector

18 / NUEVA IMAGEN

Oleoestepa renueva la imagen de todos sus formatos con el objetivo de adecuarla a estos tiempos y adaptarla a la propia evolución de la cooperativa

20 / MODELO COOPERATIVO

Interesante recorrido histórico por la evolución del modelo cooperativo en el aceite español, desde la mitad del siglo XX hasta nuestros días

Segunda crónica oleícola de la campaña 2018/2019

Álvaro Olavarría, Director Gerente de Oleoestepa, analiza una campaña histórica donde, en el territorio amparado por la D.O.Estepa se han batido todos los récords

La primera crónica de la campaña 2018/2019 terminada de escribir en los últimos días de diciembre acababa preguntándonos si estamos preparados para afrontar el nuevo reto que tenemos en el sector del aceite de oliva, en alusión a los importantes volúmenes que se prevén en futuras cosechas. Decíamos también que eran varias las voces que apuntaban a una cosecha en esta campaña de aceite de oliva superior al aforo de las administraciones públicas y que probablemente superaría la cifra de 1.600.000 Tm. Hoy, muy avanzados en la campaña y a la vista de los datos conocidos de Febrero, pensamos que podríamos alcanzar nuevo récord de producción en España superando 1.800.000 Tm.

El mes de enero y febrero, sin apenas lluvias que interrumpieran las tareas de recolección, han colapsado almazaras por falta de tolvas donde descargar las aceitunas, se han llenado muchas de las bodegas de aceites, teniendo que recurrir a la red de almacenes del Patrimonio Comunal Olivarero y a otras bodegas próximas que tuvieran hueco para alquilar sus depósitos. Desde septiembre del año 2012 no se almacenaba tanto aceite en el Patrimonio que al 28 de Febrero como pueden ver en el cuadro adjunto alcanza 96.806 Tm. de aceite de oliva.

La flota de camiones cisternas disponible en España e Italia han trabajado sin descanso y con muchos problemas por la incapacidad de atender a la altísima demanda de estos servicios, bien para sacar aceites en busca de nuevas bodegas donde almacenarlos y poder así continuar elaborando aceites en las almazaras o bien para retirar aceites adquiridos en los plazos acordados, desde los molinos a la industria envasadora. Por ambos motivos los camiones cisternas han escaseado y han sido determinantes para asegurar la continuidad de la molturación de aceitunas en muchas almazaras.

También se ha demostrado la capacidad industrial de nuestras almazaras batiendo récord de molturación en un solo mes, como es el caso de Enero donde se han obtenido 686.300 Tm. de aceite de oliva. La campaña con los datos de Febrero alcanza ya la cifra de 1.693.807

| | Aforo | 28/2/19 | |
|--------------------------|-----------|-----------|-----------|
| | 2018/2019 | | 2017/2018 |
| Almería | 14.741 | 11.609 | 18.259 |
| Cádiz | 11.000 | 12.394 | 10.555 |
| Córdoba | 280.006 | 320.040 | 253.824 |
| Granada | 142.712 | 149.445 | 90.729 |
| Huelva | 11.322 | 8.705 | 8.263 |
| Jaén | 685.000 | 652.699 | 390.724 |
| Málaga | 80.733 | 75.171 | 75.569 |
| Sevilla | 114.198 | 147.652 | 107.351 |
| Andalucía | 1.339.712 | 1.377.715 | 955.274 |
| Resto España | 210.288 | 316.092 | 301.612 |
| Producción España | 1.550.000 | 1.693.807 | 1.256.886 |

Aforo cosecha Mapama y Junta Andalucía/
Producción declarada al 28/2/2019 AICA

| | | | | | | % Media |
|-------------------------|-------|-------|-----------|---------------|------------|-------------|
| Periodo | Osuna | Ecija | Santaella | Sierra Yeguas | Media Area | vs 550 l/m2 |
| Media 2009-2013 | 559,5 | 649,0 | 692,4 | 620,8 | 630,4 | 14,62% |
| Media 2013-2017 | 324,9 | 382,7 | 426,4 | 365,3 | 374,8 | -31,85% |
| Sept-2017/ago-2018 | 587,8 | 507,0 | 579,0 | 534,7 | 552,1 | 0,39% |
| Sept-2018/11 marzo 2019 | 329,2 | 375,0 | 368,2 | 371,3 | 360,9 | -34,38% |

Fuente: Estaciones Agroclimáticas CAPDR



Tm., a falta de Marzo y Abril que algo se producirá. En España las existencias totales al 28 de Febrero suman 1.521.100 Tm., nuevo récord también. Del total de existencias el 28 de Febrero se encontraban en las almazaras 1.152.860 Tm.

Para colmo y consecuencia de todo lo anterior las extractoras de orujo se han visto sin capacidad en sus balsas para almacenar las cantidades recibidas diariamente de alpeorujos. Han tenido en algún caso que cerrar unos días para abordar algunas obras de ampliación que permitiera seguir almacenado y en otras extractoras desviar los alpeorujos a otras zonas temporalmente hasta tanto se pudieran aliviar sus balsas tras pasar por los secaderos.

Toda esta vorágine ha traído una caída de los precios en origen de todas las calidades que ya adelantábamos en la anterior revista de diciembre que podría producirse. Los aceites lampantes hasta el día de redacción de esta Crónica se han situado en la barrera de los 2.000 €/Tm. base 1º, los aceites vírgenes mantienen muy poca diferencia desde 50 €/Tm. a 300 €/Tm. sobre los precios del lampante, según la calidad y destino de la partida y por último los vírgenes extras, con garantías de cata C.O.I., a pesar de la escasez de los mismos se encuentran a partir de 2.500 €/Tm. y si son excelentes lotes se están pagando incluso a precios próximos a los 3.000 €/Tm. para compras de partidas no muy grandes y principalmente para Italia.

Precisamente Italia, la cual decíamos que tienen una de sus peores cosechas de los últimos años, tendrán que importar del orden de 650.000 Tm de aceite de oliva mayoritariamente de España y Portugal por la escasez en otros países del mediterráneo. También están aumentando las importaciones de aceites de oliva en estos primeros meses de campaña de países como Estados Unidos, Japón, China, Australia, Canadá o Rusia, y con ello se comienzan a ver incrementadas las exportaciones españolas en un 17 % con respecto a los mismos meses del año anterior. Exportaciones que junto a una leve recuperación del consumo interior del orden del 2,7% han totalizado unas buenas salidas de nuestros aceites español-

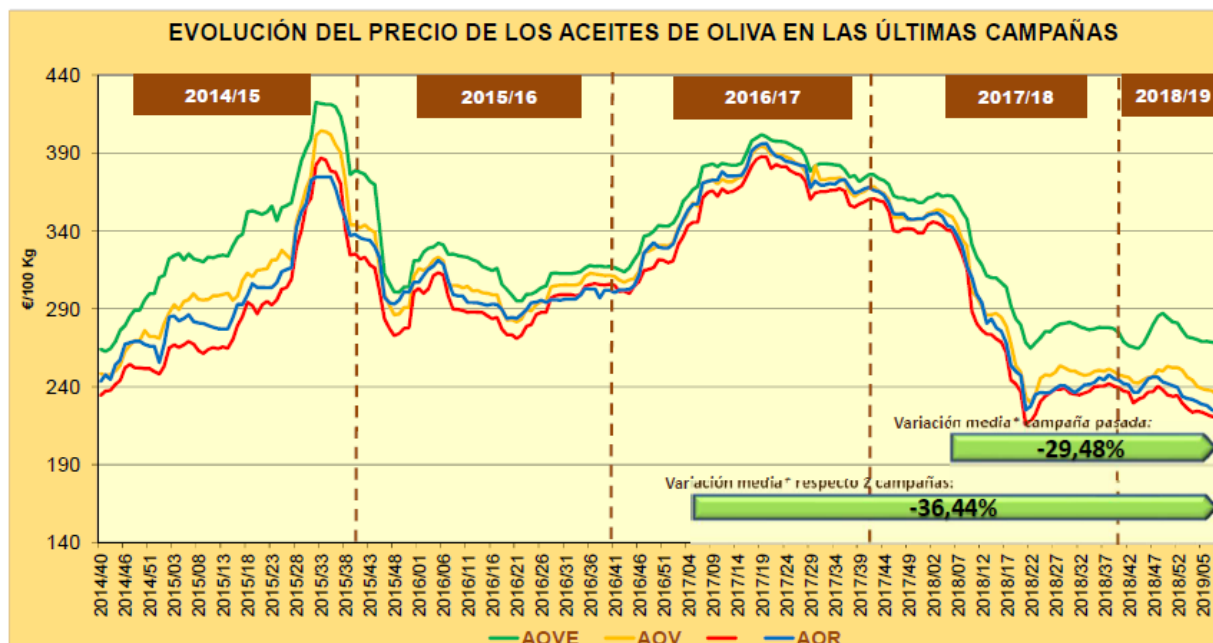
| €/Tm/ lampante | Fecha | Existencias de Aceite de Oliva | | | | | Salidas | | | | | |
|-------------------|---------|--------------------------------|-------|------------|---------------|-----------|---|---------|-------------|-----------|-----------------|------------|
| | | Almazaras | PCO | Envasadora | T.Existencias | T.Salidas | Producción/mes | Totales | Importacion | Acumulada | Media Acumulada | Interanual |
| 3,6154 € | oct-17 | 115,20 | 3,55 | 113,00 | 231,75 | 102,48 | 28,00 | | 7,10 | 102,48 | 102,48 | 117,39 |
| 3,3665 € | nov-17 | 213,40 | 2,70 | 117,90 | 334,00 | 119,55 | 206,00 | | 15,80 | 222,02 | 111,01 | 117,44 |
| 3,3908 € | dic-17 | 522,10 | 7,83 | 147,20 | 677,13 | 102,67 | 425,60 | | 20,20 | 324,69 | 108,23 | 115,90 |
| 3,3919 € | ene-18 | 774,80 | 23,34 | 185,50 | 983,64 | 111,89 | 404,60 | | 13,80 | 436,58 | 109,15 | 113,54 |
| 3,2449 € | feb-18 | 819,60 | 27,87 | 214,70 | 1.062,17 | 94,97 | 155,90 | | 17,60 | 531,55 | 106,31 | 110,11 |
| 2,7210 € | mar-18 | 752,80 | 25,43 | 218,60 | 996,83 | 99,34 | 18,50 | | 15,50 | 630,89 | 105,15 | 106,11 |
| 2,6188 € | abr-18 | 674,80 | 21,29 | 218,20 | 914,29 | 109,24 | 15,00 | | 11,70 | 740,14 | 105,73 | 107,01 |
| 2,1950 € | may-18 | 582,40 | 17,88 | 212,70 | 812,98 | 122,61 | 6,50 | | 14,80 | 862,75 | 107,84 | 106,70 |
| 2,3340 € | jun-18 | 488,42 | 13,91 | 199,60 | 701,93 | 124,35 | Producción 1.260,10 Importación 167,20 Disponibilidades 1.659,05 | | 13,30 | 987,10 | 109,68 | 108,12 |
| 2,4088 € | jul-18 | 388,29 | 11,80 | 183,00 | 583,10 | 130,73 | | | 11,90 | 1.117,83 | 111,78 | 110,22 |
| 2,4082 € | ago-18 | 308,10 | 9,98 | 168,80 | 486,88 | 110,71 | | | 14,50 | 1.228,54 | 111,69 | 111,25 |
| 2,4442 € | sept-18 | 213,55 | 7,57 | 151,60 | 372,72 | 125,16 | | | 11,00 | 1.353,70 | 112,81 | 112,81 |
| 2,3410 € | oct-18 | 133,10 | 6,00 | 137,20 | 276,30 | 114,62 | 7,20 | | 11,00 | 114,62 | 114,62 | 113,82 |
| 2,3707 € | nov-18 | 138,40 | 5,22 | 128,20 | 271,82 | 117,58 | 97,90 | | 15,20 | 232,20 | 116,10 | 113,66 |
| 2,2538 € | dic-18 | 644,84 | 11,17 | 149,20 | 805,22 | 113,50 | 627,70 | | 19,20 | 345,71 | 115,24 | 114,56 |
| 2,1542 € | ene-19 | 1.065,36 | 74,92 | 228,70 | 1.368,98 | 140,59 | 686,35 | | 18,00 | 486,29 | 121,57 | 116,95 |
| 2,1146 € | feb-19 | 1.152,86 | 96,81 | 271,44 | 1.521,10 | 137,54 | 274,66 | | 15,00 | 623,83 | 124,77 | 120,50 |
| | | | | | | | Producción 1.693,81 Importación 78,40 Disponibilidades 2.048,51 | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| 4,0649 € | Máxima | 1.152,9 | 178,7 | 271,4 | 1.521,1 | 156,5 | 686,4 | | 23,7 | 1.634,3 | 139,4 | 138,2 |
| 1,5480 € | Mínima | 26,2 | 0,3 | 56,4 | 95,7 | 55,6 | 0,0 | | 0,2 | 55,6 | 55,6 | 77,1 |

les desde Noviembre a Febrero de 623.830 Tm. Este es el ritmo de salidas que tenemos que mantener en los próximos meses hasta la nueva campaña para no arrastrar unos pesados stocks de enlace en España que en cualquier caso se estiman los más altos de la historia.

Resaltar que los precios en origen del aceite de oliva virgen extra en Italia mantienen hoy una gran diferencia con el resto de aceites de otros orígenes del mundo y la razón es la escasez allí de aceites este año como hemos indicado y la necesaria certificación del origen italiano para poder etiquetar como "Made in Italy", a través de un importante sistema de trazabilidad implementado en el país con férreos controles de las administraciones públicas. Hoy un aceite de oliva virgen extra italiano cotiza en torno a 6,0 €/Kg.

| Revisión Marzo 2019 | | | | |
|-------------------------|-----------|----------|------------|--------|
| | | | Estimación | |
| | 2017-2018 | | 2018-2019 | |
| España | 1.260.100 | 39,46% | 1.700.000 | 55,75% |
| Stock 31 Octubre España | 272.916 | 8,55% | 276.300 | 9,06% |
| Italia | 432.000 | 13,53% | 150.000 | 4,92% |
| Grecia | 320.000 | 10,02% | 200.000 | 6,56% |
| Tunez | 280.000 | 8,77% | 120.000 | 3,94% |
| Turquía | 263.000 | 8,24% | 183.000 | 6,00% |
| Marruecos | 140.000 | 4,38% | 200.000 | 6,56% |
| Portugal | 125.000 | 3,91% | 108.000 | 3,54% |
| Siria | 100.000 | 3,13% | 100.000 | 3,28% |
| Tm. aceite oliva | 3.193.016 | 100% | 3.049.300 | 100% |
| % España | 47,33 % | % España | 64,81 % | |

Datos 2017/2018: C.O.I. / Datos 2018/2019: Operadores comerciales provisional



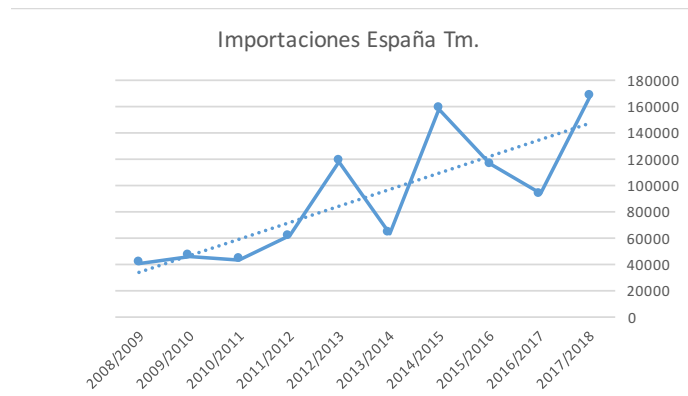
Fuente: SG Estadísticas -MAPA

| CATEGORIA | SEMANA 08 | | | | | | VARIACIONES (%) | | |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------------------------|------------------|------------------|----------------------------------|
| | 2015/08 | 2016/08 | 2017/08 | 2018/08 | 2019/08 | Media cuatro campañas anteriores | Campaña anterior | Dos campañas | Media cuatro campañas anteriores |
| Aceite de oliva virgen extra | 321,11 | 325,21 | 382,14 | 352,39 | 268,04 | 345,21 | ↓ -23,94% | ↓ -29,86% | ↓ -22,36% |
| Aceite de oliva virgen | 296,14 | 305,05 | 371,90 | 334,64 | 235,26 | 326,93 | ↓ -29,70% | ↓ -36,74% | ↓ -28,04% |
| Aceite de oliva lampante | 263,15 | 289,90 | 364,69 | 325,12 | 220,83 | 310,72 | ↓ -32,08% | ↓ -39,45% | ↓ -28,93% |
| Aceite de oliva refinado | 280,99 | 299,25 | 371,71 | 330,50 | 224,06 | 320,61 | ↓ -32,21% | ↓ -39,72% | ↓ -30,12% |
| Aceite de orujo de oliva refinado | 170,20 | 139,59 | 213,69 | 217,33 | 126,04 | 185,20 | ↓ -42,00% | ↓ -41,02% | ↓ -31,94% |
| MEDIA | 290,35 | 304,85 | 372,61 | 335,66 | 237,05 | 325,87 | ↓ -29,48% | ↓ -36,44% | ↓ -27,36% |



| Orígenes importaciones de aceite de oliva España | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|
| País / Kg. | 2016 | 2017 | 2018 |
| | Cantidad | Cantidad | Cantidad |
| Túnez | 21.932.167 | 16.250.858 | 59.501.002 |
| Portugal | 45.149.980 | 42.193.144 | 51.790.566 |
| Siria | 6.513.299 | 14.390.564 | 15.889.326 |
| Turquía | 414.886 | 4.586.552 | 10.924.582 |
| Argentina | 3.407.381 | 7.225.865 | 8.313.510 |
| Otros | 26.172.959 | 19.729.765 | 19.796.641 |
| Total | 103.590.672 | 104.376.748 | 166.215.627 |

Fuente: Asoliva



Oleoestepa, tras un buen año climatológico 2018 con buenas lluvias y temperaturas ha alcanzado las 52.000 Tm. de aceites de oliva. Estamos en una nueva etapa en el sector del aceite de oliva en el mundo.

También debemos hacer mención a las importaciones españolas de estos primeros meses de campaña que son ligeramente más altas que el mismo periodo del año anterior. Hasta finales de Febrero y de manera provisional ya se han contabilizado

78.400 Tm. y es debido a precios más bajos en estos mercados y puntualmente a compromisos adquiridos hasta el 31 de diciembre de retiradas de partidas del contingente de Túnez que como se puede observar en el cuadro adjunto es el principal origen de nuestras importaciones. La evolución de las importaciones de aceites de oliva por España en los últimos años ha ido creciendo de manera constante en los últimos años como se puede observar en la línea de tendencia de la última década.

A sólo una semana para el comienzo de la primavera ya se han registrado temperaturas que han rozado los 30 grados y a corto plazo no se prevén nuevas lluvias, aunque las recibidas hasta hoy aparentemente mejoran los datos del mismo periodo del año agrícola anterior, decimos aparentemente porque de los 360 litros de media llovidos hasta hoy en la zona, el 21 de octubre se midieron en solo unas horas de algunos puntos de nuestra Comarca cerca de 100 litros/m² que no fueron nada aprovechables. Lamentablemente una climatología desfavorable en los próximos meses es el único factor que jugaría a favor de una cierta estabilidad de los precios en origen de los aceites de oliva.

Con esta descenso de los precios

en origen no se están haciendo esperar la revisión de las tarifas de los aceites envasados para los distribuidores, con continuas ofertas incluso inferiores a los 3,00 €/litro para los aceites de oliva vírgenes extras y algún aceite de oliva en 2,30 €/litro.

Ya se oyen voces pidiendo se revisen los precios para activar los contratos de almacenamiento privado y puesta en el sector de sus correspondientes ayudas y con ello se abre un debate, una vez más, de las diferentes alternativas para dar salida ordenada a tan importantes producciones de aceites de oliva en España.

Y hablando de récords, Oleoestepa que tenía su máxima producción en la campaña 2001/2002 en 33.500 Tm, esperando que algún año saliéramos del periodo de sequía y entre tanto reconvirtiendo una parte del olivar y plantando otras muchas hectáreas de olivar en intensivo y superintensivo, por fin esta campaña tras un buen año climatológico 2018 con buenas lluvias y temperaturas hemos alcanzado las 52.000 Tm. de aceites de oliva. Ya nos queda claro que estamos en una nueva etapa en el sector del aceite de oliva en el mundo.



DENOMINACIÓN DE ORIGEN ESTEPA

CULTURA DEL AOVE

Gota a Gota



**+ de 20
ciudades**

Destacan Bilbao, Gijón,
San Sebastián, Sevilla,
Málaga, Toledo, Santiago
de Compostela, Vigo,...



**+ de 5000
alumnos**



**+ de 50
escuelas**

Gota a gota, paso a paso. Esta es la filosofía del proyecto "Escuela del Aceite" de la Denominación de Origen Estepa, una iniciativa que nació en el año 2005 y que, tras más de 10 años de actividad, sigue aumentando su presencia en centros educativos de toda España.

Lo que comenzó siendo como un conjunto de charlas para alumnos de escuelas de hostelería principalmente, amplió su marco de actuación y se hizo presente en asociaciones de consumidores, centros educativos de formación profesional, hoteles,...

Este año la Denominación de Origen Estepa ha querido darle un nuevo impulso al proyecto y, además de continuar con las charlas y catas guiadas en centros educativos, ha presentado una web llena de contenidos educativos relacionados con el olivar y la producción de aceite de oliva virgen extra. En escueladelaceite.com el usuario puede encontrar vídeos, artículos y libros de descarga gratuita que contienen todo lo que un consumidor desea saber



La cata es uno de los principales atractivos durante las charlas, donde se aprende a distinguir diferentes variedades de aceite de oliva virgen extra

sobre el aceite de oliva virgen extra, desde su elaboración hasta su clasificación, cata, diferentes variedades, y respuestas a mitos que han acompañado siempre al producto.

PARA LOS MÁS PEQUEÑOS

Además de la web, la Denominación de Origen Estepa se encuentra inmersa en el desarrollo de un proyecto dirigido al público infantil, que consiste en la elaboración de material didáctico para enseñar a niños de entre 5 y 10 años la cultura del aceite de oliva virgen extra.

Este proyecto, que verá la luz durante los primeros meses del año 2020, pretende educar a los consumidores del futuro sobre las cualidades que tiene la grasa más saludable, el aceite de oliva virgen extra, además de inculcarles la importancia que tiene el olivar para el medio ambiente.

EN RUTA

Tanto la web como el proyecto dirigido al público infantil, no han paralizado la otra línea de actuación de la "Escuela del Aceite", que son las charlas por diferentes centros educativos de España.

Durante las últimas semanas, los representantes de la Denominación de Origen Estepa se han desplazado a ciudades como Toledo, Gijón, Bilbao, Zarautz o San Sebastián, donde han estado en prestigiosos centros de formación gastronómica para dar a conocer el aceite de oliva virgen extra de la comarca de Estepa y Puente Genil.

La "Escuela del Aceite" sigue en forma y, paso a paso, se ha convertido en un proyecto de referencia para los centros educativos y los consumidores que quieren conocer el producto y convertirse en expertos

en aceite de oliva virgen extra.

Se trata de encuentros en los que los representantes de la Denominación de Origen Estepa explican a los presentes, en primer lugar, en qué consiste una D.O. y cuáles son sus principales funciones, el control de la calidad y la promoción.

Tras esta introducción, se ofrece información acerca de cómo se elabora un aceite de oliva virgen extra, cómo se clasifica finalmente dependiendo de su calidad y se profundiza en el proceso de cata, indispensable para identificar si un aceite es virgen extra.

Finalmente, los alumnos de las escuelas tienen la oportunidad de realizar una cata de los aceites de la Denominación de Origen Estepa, una forma práctica de reconocer el frutado, amargo y picante con el que cuenta un aceite extraordinario.



Visitamos el Centro de Hostelería y Turismo de Asturias para dar a conocer nuestros aceites



Visitas a las instalaciones. Además de visitar centros educativos de toda España, la Denominación de Origen recibe visitas de grupos de diferente procedencia en las instalaciones de sus entidades asociadas, donde se conoce el proceso de elaboración de uno de los mejores aceites del mundo



VII Cátedra de **JOSÉ** Olivicultura **HUMANES**

La D.O.Estepa pone en marcha un nuevo ciclo de conferencias para seguir siendo referentes



Estrategias sostenibles de los olivares de la DOP Estepa **SECUESTRO DE CARBONO**

a cargo de D. Roberto García (Universidad de Jaén)

Fecha y Hora: Miércoles 27 de Marzo a las 19:00 horas

Lugar: Salón de Actos de Oleoestepa S.C.A.



OPTIMIZACIÓN DE **LOS COSTES DEL OLIVAR**

a cargo de D. Gonzalo Reina (Ingeniero Agrícola)

Fecha y Hora: Martes 2 de Abril a las 19:00 horas

Lugar: Casa de la Cultura de Herrera



OPTIMIZACIÓN DE LA **FERTIRRIGACIÓN EN OLIVAR**

a cargo de D. Francisco Molina (Ingeniero Agrónomo)

Fecha y Hora: Martes 23 de Abril a las 19:00 horas

Lugar: Olivarrera Pontanense S.C.A.



CONCEPTOS BÁSICOS Y EJEMPLOS DE **CONTROL DE CÁRCAVAS**

a cargo de D. José A. Gómez (Instituto de Agricultura Sostenible - CSIC)

Fecha y Hora: Viernes 10 de Mayo a las 19:00 horas

Lugar: Casa de la Cultura de Badolatosa



¿QUÉ SABEMOS HOY DEL USO DE **CUBIERTAS VEGETALES?**

a cargo de Dña. Mª Auxiliadora Soriana (Universidad de Córdoba)

Fecha y Hora: Viernes 17 de Mayo a las 19:00 horas

Lugar: Ntra. Sra. de la Fuensanta S.C.A. (Corcoya)

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Estepa celebra este año una nueva edición de la Cátedra de Olivicultura "José Humanes", un ciclo de conferencias destinado principalmente a todos los miembros del sector del aceite de nuestro territorio, la Comarca de Estepa y Puente Genil.

El objetivo de estos encuentros es facilitar información, lo más actualizada posible, sobre los últimos avances dentro de las prácticas que se llevan a cabo en el olivar, de forma que nuestro territorio siga siendo una referencia dentro del sector.

La Cátedra de Olivicultura, que ya cumple su VII Edición, se celebra una vez más de forma itinerante, llevando cada conferencia a una de las localidades amparadas por la Denominación de Origen Estepa. De esta forma, el Consejo Regulador consolida su compromiso con todo el territorio.

Desde la entidad se anima a todos los olivereros a asistir a todas las conferencias posibles, ya que son impartidas por profesionales de gran relevancia e investigadores de reconocimiento en diversos campos relacionados con el olivar.

Además, todas las conferencias de ediciones anteriores de la Cátedra se pueden ver tanto en el canal Youtube de la D.O.Estepa como en:

www.catedra josehumanes.com

más información en:
955 91 26 30 o en la web
www.catedra josehumanes.com

Fuerte apuesta por la formación de jóvenes en materia agropecuaria

Desde la Denominación de Origen Estepa y en colaboración con el sector privado y el centro educativo IES Ostippo, estamos apoyando para nuestro territorio la creación de Ciclo Formativo de Grado Medio de Producción Agropecuaria en la modalidad de formación profesional dual.

Esta comarca es punta de lanza del gremio olivarero, como muestran la consolidación de la Producción Integrada y Ecológica. Conjuntamente, en la zona de campiña existe una importante producción de cereal y oleaginosas.

Somos conscientes del problema generacional y la necesidad de preparar a los futuros agricultores. El hecho de crear este módulo formativo permitiría a nuestras futuras generaciones tener una completa y reglada formación en materia Agropecuaria. La cada vez más necesidad de conocer las nuevas técnicas que se están implantando, con la ayuda de las nuevas tecnologías, hacen que la formación sea una base fundamental para la modernización del sector agrícola.

El sector del olivar ha experimentado un crecimiento considerable y, para su mantenimiento, se hace necesaria la formación de futuros trabajadores cualificados (especialistas en poda, aplicación de fitosanitarios, técnicas de conservación de suelos, ...). Por todo ello es deseo del sector y, en coordinación con el equipo docente, **poner en marcha el próximo curso, en el IES Osti-**

ppo, un Ciclo Formativo de Grado Medio de Producción Agropecuaria en la modalidad de formación profesional dual.

La incorporación al mundo laboral del alumnado, titulado en esta especialidad, permitiría cubrir el necesario relevo generacional y, también, la creación de nuevos empleos, aportando riqueza y desarrollo rural en nuestra región. El perfil laboral del trabajador o trabajadora para este ciclo formativo; y por tanto, los puestos de trabajo que puede desempeñar el alumnado con este ciclo, son los siguientes:

Trabajador cualificado por cuenta ajena/propia en cultivos y ganadería, Agricultor, Horticultor, Fruticultor, Floricultor, Criador de ganado, Avicultor, Apicultor, Productor de leche, Productor de huevos, Operador de maquinaria agrícola y ganadera.

La FP Dual es una modalidad de formación profesional en la que el alumnado combina la formación en el centro educativo y en la empresa. El alumnado que curse

dicho ciclo, además de recibir una adecuada formación, estará exento de realizar los módulos de formación y capacitación que exige la administración para la solicitud de ayudas a los jóvenes agricultores que deseen instalarse por primera vez.

Las clases en el IES Ostippo serían impartidas por profesores técnicos en producción agropecuaria, contando con las instalaciones cedidas por el Ayuntamiento de Estepa, tales como invernaderos, o los terrenos de los tajillos.

Para que la administración educativa apruebe el proyecto, es necesario que exista un gran apoyo del sector. Este apoyo se materializa a través de acuerdos de colaboración firmados con las empresas interesadas en colaborar. Es por ello, que nos ponemos en contacto con vuestra empresa para invitaros a participar en el proyecto, como entidad colaboradora en la formación del alumnado. El alumno estará asegurado a nivel escolar y no supondrá ningún coste para la empresa.

Si te interesa el proyecto contacta con:

Instituto de Enseñanza Secundaria "OSTIPPO"

Ctra. Becerrero, 3, 41560 Estepa (Sevilla)

Telf: 600142317

Email: 41002013.edu@juntadeandalucia.es



Isasaweis durante la sesión de fotografías para el próximo libro de recetas de la D.O.Estepa

Nos visita la popular bloguera Isasaweis

La reconocida influencer, con más de 1 millón de seguidores, visitó el territorio amparado por la D.O. Estepa para conocer sus aceites

La reconocida bloguera Isasaweis ha visitado recientemente la comarca de Estepa y Puente Genil para conocer el aceite de oliva virgen extra amparado por la Denominación de Origen Estepa y poner en marcha el siguiente proyecto gastronómico de la entidad.

Durante su estancia en nuestro territorio, la "influencer" quiso descubrir todos los secretos que rodean al aceite certificado por la Denominación de Origen Estepa, desde la recolección de aceituna pasando por cada una de las etapas del proceso de elaboración de uno de los mejores vírgenes extra del mundo.

La Denominación de Origen Estepa e Isasaweis están trabajando

conjuntamente en la elaboración de un libro de recetas, cuya presentación está prevista para el 9 de Mayo en Oleoestepa, donde se hará un recorrido por la gastronomía española, destacando cómo el aceite de oliva virgen extra tiene un papel importante independientemente de la procedencia de la receta.

En este sentido, la Denominación de Origen Estepa espera que esta nueva publicación gastronómica tenga, con el apoyo de Isasaweis, una gran repercusión, especialmente a nivel digital, y sirva para aumentar el conocimiento en todo el territorio nacional del aceite de oliva virgen extra de las entidades asociadas a la D.O.

**BIOFACH 2017
reconoce la calidad
de los vírgenes
extras ecológicos
de Oleoestepa**



En el centro, Luis Felipe Montero, Director de Exportación de Oleoestepa, recogiendo el galardón en Biofach 2019

Una vez más, campaña tras campaña, el aceite de oliva virgen extra ecológico de Oleoestepa vuelve a estar entre los mejores aceites ecológicos presentes en la feria internacional de alimentación ecológica más importante de Europa, Biofach.

En esta ocasión han sido los aceites producidos por las cooperativas La Purísima de Herrera y San José de Lora de Estepa, ambas amparadas por la Denominación de Origen Estepa y cuya apuesta firme por el aceite ecológico les ha llevado al reconocimiento internacional.

Hay que destacar que ha ido creciendo la demanda de este tipo de aceite situándose ya en consumos importantes a tener en cuenta por los productores.



Fernando Rodríguez Villalobos fue el encargado de inaugurar el acto donde se entregaron los premios a los mejores aceites de la Provincia

El mejor aceite de oliva virgen extra de la Provincia de Sevilla

Oleoestepa, gracias al aceite de oliva virgen extra elaborado por la **cooperativa La Inmaculada Concepción de La Roda de Andalucía**, ha vuelto a conquistar el galardón que le sitúa, una vez más, como el mejor virgen extra de la provincia de Sevilla

Oleoestepa, aceite de oliva virgen extra amparado por la Denominación de Origen Estepa, ha sido de nuevo nombrado mejor aceite de oliva virgen extra de la provincia de Sevilla.

En esta ocasión ha sido el aceite de oliva virgen extra producido por la cooperativa **La Inmaculada Concepción de La Roda de Andalucía**, envasado y comercializado como Oleoestepa Hojiblanca, el que ha conquistado el galardón de mejor aceite de la provincia de Sevilla de la campaña 2018-2019.

En el Mejor Aceite Virgen Extra de la Provincia, amparado por la Denominación de Origen Estepa, se aprecian, según los catadores del jurado, “un aceite de aroma muy fresco, frutado de aceituna verde típico de nuestra variedad hojiblanca. Su aroma recuerda a hierba fresca, sabor a verde hoja de olivo con toques de manzana y alcachofa. Muy fresco a la vez que delicado con elegante amargor y picor”.

Además, hay que destacar que se trata de un aceite monovarietal de aceitunas hojiblanca, recolectadas

de forma temprana, elaborado en frío y bajo el sistema de Producción Integrada, un método totalmente sostenible y respetuoso con el medio ambiente.

Hay que destacar que ya son 18 veces consecutivas las que se consigue este galardón, y que este reconocimiento viene a sumarse a los logrados a nivel nacional e internacional cada campaña, que consolidan a Oleoestepa como el productor de aceite de oliva virgen extra de mayor calidad.



Miguel Rus, Presidente de la CES, Jesús del Pozo, Presidente de la Inmaculada Concepción S.C.A., Fidel Romero, Alcalde de La Roda de Andalucía y Fernando Rodríguez Villalobos, Presidente de la Diputación Provincial de Sevilla

I+D **Un pilar clave para el futuro de nuestro olivar**

La Denominación de Origen Estepa se encuentra inmersa en numerosos proyectos de investigación, en colaboración con diferentes Universidades y otras instituciones, con el objetivo de que el olivar de la comarca de Estepa y Puente Genil sea cada vez más rentable, eficiente y más sostenible.



Gracias a los proyectos de investigación y al espíritu de innovación del territorio amparado por la D.O., nuestro olivar sigue siendo referencia del sector

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Estepa, desde su creación, mantiene un afán especial por seguir consolidando y configurando el olivar del territorio de la DOP. Estepa como un zona altamente desarrollada en materia oleícola, apostando siempre por la investigación, el desarrollo y la innovación.

Y cuando hablamos de estos tres elementos, innovación, desarrollo e investigación, nos referimos a sus múltiples campos, desde la investigación histórica desarrollando trabajos enfocados en la recuperación de su patrimonio histórico e industrial, hasta proyectos más recientes sobre cambio climático, pasando por estudios de salud, agronómicos y medio ambientales.

Actualmente, la DOP. Estepa está involucrada en diversos estudios, todos ellos en colaboración con universidades e instituciones de prestigio.

PROYECTO ARISTOIL

El primero de ellos es el proyecto ARISTOIL, capitaneado por la Universidad de Córdoba. El objetivo



de Aristoil es reforzar la competitividad del sector del aceite de oliva del área Mediterránea, a través del desarrollo y aplicación de metodologías de producción innovadora y de control de calidad relacionadas con las propiedades saludables del aceite de oliva virgen extra.

FIJACIÓN DE CARBONO

Un segundo proyecto, titulado “Fijación de carbono en los suelos del olivar”, en colaboración con la cooperativa Sor Ángela de la Cruz de Estepa, con el objetivo de reducir las concentraciones de CO₂ en la atmósfera y, con ello, contribuir positivamente a frenar el cambio climático y reducir el calentamiento global.

Con este estudio se pretende evidenciar los efectos positivos de implantar unas buenas prácticas de manejo de suelo y cubiertas vegetales en nuestros olivares, que pudieran incrementar el sumidero de carbono, además de cuantificar la cantidad del mismo en los suelos

y que sirvieran para dar créditos dirigidos a satisfacer las metas nacionales de emisión de gases.

Partiendo de esta importante problemática, tanto el Consejo Regulador de la DOP. Estepa y la Olivarrera Sor Ángela de la Cruz SCA como el Centro de Estudios Avanzados en Olivar y Aceite de Oliva de la Universidad de Jaén estamos colaborando para caracterizar y evaluar el potencial de los suelos de nuestros olivares como sumideros de CO₂.

Al hilo de este primer proyecto de colaboración con la Universidad de Jaén, se pretende igualmente elaborar un nuevo convenio de colaboración para desarrollar otros estudios que tengan por objetivo combatir el cambio climático. En este sentido, queremos impulsar un proyecto para medir la huella de carbono de nuestros aceites y las posibilidades de mejora que puedan desarrollarse en esta línea.

Recientemente, con el Instituto de Agricultura Sostenible CSIC de Cór-

doba, la DOP. Estepa se ha propuesto sacar un programa ambicioso de caracterización de su territorio, creando una herramienta que permita detectar e identificar el riesgo edafológico de todo su olivar.

LUCHA CONTRA LA EROSIÓN

Unido a ello, y también con la Universidad de Córdoba, se va a poner en marcha un proyecto de fomento de prácticas culturales positivas para el olivar y el medio ambiente, favoreciendo la lucha contra la erosión, generando unos suelos más saludables combatiendo el cambio climático.

Finalmente se va a participar conjuntamente con un gran equipo de universidades y centros de investigación capitaneados por la Universidad de Jaén y por el Catedrático Roberto García, en el proyecto SUSTAINOLIVE, con el objetivo de desarrollar y difundir prácticas agroambientalmente saludables para toda la cuenca mediterránea.

Proyecto de investigación “SUSTAINOLIVE”

La Denominación de Origen Estepa es uno de los integrantes del proyecto de investigación SUSTAINOLIVE, coordinado por la Universidad de Jaén con un inversión de casi 2,1 millones de euros y el objetivo final de mejorar aún

más la sostenibilidad del olivar y la gestión de los subproductos de las almazaras.

El proyecto SUSTAINOLIVE cuenta con la participación de un total de 22 entidades de 6 países, tiene

un plazo de ejecución de cuatro años y ha sido uno de los seleccionados para recibir financiación del Programa Marco de Investigación e Innovación de la Unión Europea Horizonte 2020.





Oleoestepa refresca su imagen para reforzar su personalidad productora

La nueva ilustración actualiza la tradicional imagen de Oleoestepa situándose en un entorno abierto, rodeado de olivos, y en un momento de consumo reforzando los valores de origen, tradición y pasión por la actividad oleícola.



Son más de 15 años los que un abuelo y su nieta llevan transmitiendo los valores de la cooperativa de segundo grado Oleoestepa con su presencia en las etiquetas frontales de sus aceites de oliva virgen extra. A través de esta ilustración Oleoestepa ha transmitido su personalidad vinculada al origen, a la historia milenaria de la actividad oleícola en la comarca de la Denominación de Origen Estepa, a la cultura del aceite de oliva traspasada de generación a generación y, en definitiva, a la pasión y el cuidado por las cosas importantes de la vida.

Sin olvidar este posicionamiento Oleoestepa refresca su imagen en línea con las tendencias de diseño actuales, situando al abuelo y su nieta en un entorno abierto, rodeado de los olivos de la comarca de la DO Estepa, en un momento de consumo y conversación. "Consideramos que el desayuno es un momento clave en el día a día de las personas. No sólo es una fuente de energía para afrontar todo el día, también de salud –pocas formas hay más sanas de empezar el día que saboreando una rebanada de pan con aceite y toma-

te- y más importante aún, de felicidad si lo disfrutas con las personas que más quieres. De ahí que lo hemos incorporado en el centro de la acción de nuestra nueva imagen" apunta el responsable de marketing de Oleoestepa, Óscar Rodríguez.

Asimismo, la novedad de una etiqueta semi envolvente permite reforzar ese valor de apertura situando al consumidor en un mirador privilegiado de un bosque de más de 7 millones de olivos, de los que se produce de forma sostenible los aceites de oliva virgen extras de Oleoestepa. Por último, cabe destacar una mayor presencia de valores diferenciales demandados por el consumidor actual, como es la extracción en frío con las que se mantienen inalterables las propiedades organolépticas del virgen extra, y el alto contenido en vitamina E derivado de su alta calidad.

Esta nueva imagen estará presente en toda la familia de aceites de oliva virgen extra, tanto en la gama de gran consumo con envases de plástico, como en las especialidades ofertadas en cristal y lata, entre

las que se encuentran coupages, monovarietales y vírgenes extras de producción ecológica. En este segundo caso la ilustración aparece en monocromo sobre fondo cobrizo, con una presentación cuidada y orientada a los lineales Premium de la gran distribución.

La nueva imagen de Oleoestepa estará presente en toda la familia de sus aceites de oliva virgen extra, tanto cristal como plásticos, en todos los tamaños disponibles.



En los próximos meses Oleoestepa habrá renovado todos sus formatos con el objetivo de adecuar su imagen a estos tiempos y adaptarla a la propia evolución de la cooperativa, que ya está asentada en los principales mercados del mundo



El modelo cooperativo en el aceite de oliva español

Álvaro Olavarría, Director Gerente de Oleoestepa, realiza un análisis del modelo cooperativo y cómo ha sido clave desde mediados del siglo XX hasta nuestros días para entender el liderazgo de España en producción y comercio de aceite de oliva

En primer lugar agradecer a Thomson Reuters la oportunidad que me brinda de participar en este trabajo sobre el sector de alimentación y bebidas en la colección de Grandes Tratados.

Contar desde la experiencia de una empresa cooperativa productora y comercializadora de aceite de oliva, como es Oleoestepa SCA, el modelo cooperativo, y como este fenómeno ha sido clave desde mediados del siglo XX hasta nuestros días para entender el liderazgo mundial en producción y comercio del aceite de oliva de nuestro país.

El aceite de oliva, entiéndase aceite de oliva virgen extra, virgen y aceite de oliva, es un producto noble, sa-

ludable, milenario, mediterráneo, y otros muchos adjetivos que podríamos seguir enumerando, todos ellos positivos y que hacen de él la grasa vegetal más recomendada por su sabor y contribución saludable para los consumidores. Estos dos pilares de salud y sabor son realidades más que suficientes para destacar su potencial y espectacular porvenir.

Atrás quedan ya las campañas promocionales de muchísimo éxito del Consejo Oleícola Internacional en la década de los 90 del pasado siglo XX. Estas campañas fueron dirigidas especialmente a mercados emergentes como Japón, Australia o Estados Unidos de Norte América y sus resultados no se hicieron esperar, aumentando exponencialmente

las importaciones de aceites de oliva de estos tres grandes mercados, que para el caso de Estados Unidos lo ha posicionado en el principal mercado mundial de aceite de oliva de los países no productores. Hoy Estados Unidos importa sobre 315.000 Tm. de aceites de oliva, lo que supone entre el 8% y 10% de la producción mundial.

Entre los productos de alimentación con un alto potencial de crecimiento del consumo en el medio plazo y facilidad para hacerse un hueco en dietas de culturas no mediterráneas, gracias a su valorada imagen percibida por los consumidores, destacaría el aceite de oliva como el más claro de todos ellos. Nunca hemos contado con tanto conocimiento



sobre los efectos beneficiosos para la salud del aceite de oliva como disponemos hoy, ni nunca hemos contado con tan cualitativos recursos para difundir estas bondades.

Si bien siempre se ha sabido en nuestro país la receta para la fabricación de aceite de oliva de calidad, factores claves como la disponibilidad de los olivareros, la capacidad de las cooperativas como aglutinadores del sector productivo, además de todo el proceso que supuso nuestra incorporación a la entonces CEE es lo que ha permitido que muchos estudiosos califiquen las décadas finales del siglo XX como los años del redescubrimiento del aceite de oliva.

Insistir en este tema del redescubrimiento porque en él son las cooperativas las grandes protagonistas del mismo, y es a través de la promoción, siguiente asignatura, como se podrá consolidar este sector.

De ahí que la joven Interprofesional del Aceite de Oliva Español, constituida el 4 de noviembre de 2002 propusiera una extensión de norma al sector con aportación económica obligatoria para realizar actividades de promoción del aceite de oliva. Mejorar la información sobre las producciones y los mercados y realizar programas de investigación y desarrollo, investigación tecnológica, etc., son los objetivos de esta interprofesional. Estas cuotas fijadas en 6 €/Tm., de las que 3 €/Tm. corresponden a la parte productora del sector y otros 3 €/Tm. corresponden a los comerciantes con salidas bien para el mercado nacional o bien para el área internacional del aceite de oliva, suman aproximadamente unos 8,4 millones de € anuales, dada la producción media de aceite de oliva en España de 1.400.000 Tm.

Este importe se incrementa, incluso hasta duplicarse, con otras ayudas de las diferentes administraciones públicas nacionales y europeas que colaboran en las numerosas campañas promocionales o de investigación que se proponen por la Interprofesional.

España lidera la producción de aceite de oliva en el mundo y nuestros extraordinarios zumos de aceitunas están cada día más presentes en los mercados intracomunitarios y países terceros. Un gran producto saludable como el aceite de oliva español que avanza a pasos agigantados en su consumo.

Insistir en la importancia de este tema, que como decimos cuenta con unas herramientas de promoción puestas en marcha por la interprofesional, con una estructura cooperativa que abarca los eslabones de producción, transformación

y comercialización de la cadena de valor que no existe en ningún otro país productor del mundo, aseguran que el liderazgo en el comercio también tendrá cada vez más peso en las empresas españolas.

Las oportunidades que se nos abrieron a todo el sector del aceite de oliva en 1986 cuando España entró en la C.E.E. fueron bien aprovechadas por muchas empresas participantes en la cadena de valor y las cooperativas, un claro ejemplo es Oleoestepa, mucho han tenido que ver en estos logros y mucho han de seguir haciendo en el futuro.

Historia reciente de las cooperativas

Las empresas cooperativas en el sector del aceite de oliva, con uno u otro nombre a lo largo de su historia, como grupos sindicales de colonización, sociedades agrarias de transformación o sociedades cooperativas han jugado un importante papel que ha dado lugar hoy a disponer de un tejido y estructura productiva en toda la geografía Española que es la envidia de los productores de países olivicultores del mundo.

La producción y comercio del aceite de oliva en España, según J.F. Zambrana (1987)¹, en la mitad del siglo XIX vivió una etapa expansiva aumentando la superficie de olivar del año 1858 de 858.238 has a treinta años más tarde que alcanzó 1.153.819 has., creciendo con ello la producción de aceite de oliva que rondaba las 150.000 Tm.

La desamortización, la eliminación de los monopolios industriales (derechos de molienda), etc, permitieron ese gran salto productivo a nuestro país y al sector olivarero en particular.

España lidera la producción de aceite de oliva en el mundo y nuestros extraordinarios zumos de aceitunas están cada día más presentes en los mercados intracomunitarios y países terceros.

¹ Zambrana Pineda Juan Francisco: Crisis y Modernización del Olivar. Madrid, 1987. Pág. 58-59.



Si bien, a pesar de que algo comenzó a cambiar a partir de 1870 cuando se generalizó el uso de petróleos y betunes en Europa y llegando también a España, disminuyendo el consumo de aceite de oliva para usos industriales, permitió especialmente al sector oleícola seguir creciendo.

El retraso industrial era tal que con los avances tecnológicos empujados por los nuevos gobiernos ilustrados, el peso de las nuevas grasas no fue suficiente para frenar el desarrollo del sector olivarero.

Hay que decir que una parte importante de las producciones de aceites de oliva por su baja calidad en aquella época se destinaban a usos industriales no alimentarios que ahora eran sustituidos por estas nuevas grasas minerales más económicas.

Según se describe por un ponente Tunecino en las conferencias del VII Congreso Internacional de Oleicultura celebrado en Sevilla en 1924², cuando clasifica los diferentes aceites vegetales llegados al aceite de oliva dice, *“usado para la alimentación, alumbrado y medicación, el cual consta de muchas clases, según la calidad del fruto y procedimiento para su extracción”*.

A este menor consumo industrial del aceite de oliva en España y Europa se le sumó a partir del último cuarto de este siglo XIX las importaciones de diversas semillas oleaginosas y otras grasas vegetales que entraron en competencia con los aceites de oliva que mantenían sus altas producciones con una menor demanda, ocasionando una caída de los precios del aceite de oliva.

Unos años más tarde José M^a Lamo de Espinosa, Cónsul de España en

Nápoles en 1923³, contaba en su informe sobre el aceite Italiano para el Centro de Información Comercial del Ministerio de Estado, la importancia que el cultivo de las semillas oleaginosas tuvo en aquellos últimos años en Italia repercutiendo negativamente en la olivicultura y que concurriendo con influencia adversa de los agentes meteorológicos llevó a reducir el área dedicada al olivo en dicho país.

Además de estas nuevas circunstancias descritas de mayor competencia de nuevas grasas, un hecho histórico clave como fue la primera Guerra Mundial en el periodo 1914 a 1919 dejando a Italia con desabastecimiento de productos de primera necesidad como el aceite de oliva, permitirá consolidar el auge que la olivicultura en España estaba viviendo desde la entrada del nuevo siglo XX.

Así las exportaciones de este producto, en 1919 año en el que se creó el Ministerio del Abastecimiento fueron de 112.271 Tm. sobre una producción de 365.000 Tm.

La necesidad de buscar salidas para el aceite de oliva dirigidas al consumo humano que requería una mejor calidad de los caldos y por tanto siendo necesarias unas instalaciones tecnológicamente más avanzadas a las de aquella época, obligó a nuevas e importantes inversiones económicas que permitieron una nueva etapa de aumento de la superficie del olivar en España del 30% en sólo 20 años, pasando de una superficie de 1.453.000 has. en 1913 a 1.901.000 has en 1933, además de una mayor participación en el cultivo de olivar de pequeños agricultores

Fue tal la explosión del cultivo del olivar que son años de continuos

encuentros y seminarios de especialistas, así en 1911 se celebra el primer Congreso Internacional de Oleicultura en Avignon y posteriores hasta llegar al más conocido, la edición VII del Congreso de Olivicultura celebrado en Sevilla en 1924. Un primer cuarto del siglo XX de desarrollo, de crecimiento en muchos apartados del sector, agronómico, comercial, tecnológico, así como de un factor determinante para el ámbito olivarero español como fue el apartado químico.

La química y la física española aportaron al sector de la olivicultura la refinación, factor este clave para entender el posterior desarrollo de la olivicultura y por ende del cooperativismo en España, relajando a productores y transformadores en el concepto de calidad de los aceites de oliva. Con los avances de la química, la rectificación y mejora de los aceites de oliva en el proceso productivo español, empujó a éste al letargo. La siempre volatilidad del mercado, la todavía escasa presencia y cara tecnología conformaron un olivicultor aún más conservador.

El hecho de que los nuevos caldos oleícolas fueran en su mayor parte rectificadas a través de procesos químicos o físicos hicieron que el avance tecnológico de los últimos 50 años se atrasara. Atraso que también se dio en el campo, ya que el componente calidad no era lo suficientemente valorado, con unos costes entre recogida esmerada y no muy notables.

Con este nuevo panorama en el sector y la desgraciada Guerra Civil en las puertas, el fenómeno del cooperativismo tenía que llegar.

Las cooperativas agrarias en España surgen como consecuencia de



un impulso que llega de miembros que pertenecían a la Iglesia Católica, como el Jesuita Antonio Vicent, que fundan los llamados Sindicatos Agrícolas⁴ (Adoración Mozas 1999). El 28 de enero de 1906 se promulgó la Ley de Sindicatos Agrícolas, conocida también como "Ley de exenciones" por los beneficios fiscales que ofrecía. Sin embargo quienes constituían estas cooperativas eran precisamente los más débiles y las nuevas entidades descapitalizadas, con poca dimensión y lo más importante, no contaban con la confianza de los grandes propietarios que en definitiva eran quienes arrendaban sus tierras, amenazando con anular estos contratos⁵.

Hubo que esperar hasta el 8 de septiembre de 1931 para conocer una Ley específica de las sociedades cooperativas en la que se reconocía que el Estado debía fomentar y encauzar este tipo de asociacionismo.

Tras la Guerra Civil Española el 2 de septiembre de 1942 sale una nueva Ley de sociedades cooperativas en las que se constituyeron la mayor parte de las sociedades cooperativas agrarias actuales, especialmente vinícolas y almazaras (Juliá 1991). Indicar que esta nueva Ley nace con unos principios generales muy interrelacionados con el fascismo italiano, fruto de esas primeras inspiraciones políticas del nuevo régimen. A pesar de ello el sistema democrático con el que nacen estas cooperativas no tienen que envidiar a ninguno de los actuales.

Según cuenta Adoración Mozas en una encuesta realizada por ella sobre 159 cooperativas de la provincia de Jaén sobre el año de su constitución, la primera aparece en 1920 y hasta el año 1950 sólo se constituyeron el 13,5% de ellas, siendo la etapa

Hubo que esperar hasta 1931 para conocer una Ley específica de las sociedades cooperativas en la que se reconocía que el Estado debía fomentar y encauzar este tipo de asociacionismo.

1950 a 1960 la de verdadera explosión de cooperativas, coincidiendo con diferentes autores que opinan que las causas fue la crisis por defender el precio de las aceitunas, necesidad de renovación tecnológica de los molinos de aceites, desaparición de viejos molinos obsoletos y el impulso desde el Estado.

Esto lo corrobora Juan F. Zambrana en su trabajo para conocer el desarrollo del cooperativismo olivarero en Andalucía⁶, sobre datos de 1979 dice que el porcentaje de entidades constituidas antes de 1940 eran sólo del 2%, de 1940 a 1949 el 7%, de 1950 a 1959 el 47%, de 1960 a 1969 el 37% y de 1970 a 1979 el 7%. Por tanto en estas dos décadas de 1950 y 1960 se constituyeron el 84% de las cooperativas existentes en 1979.

Según Moisés Caballero⁷, las mayores dificultades de la olivicultura en el siglo XX en España transcurren en el periodo 1955 a 1980. La superficie

del olivar en España disminuyó entre 1967 a 1972 en 134.000 has.

En un primer momento por la nefasta política autárquica del primer franquismo y continuada años después, ya en pleno desarrollismo, la crisis oleícola que se vive en esos momentos se agrava en favor del apoyo estatal hacia otros sectores.

Fue el incremento de los salarios en el campo, al disponer de menos mano de obra por emigrar mucho de ellos a trabajar a las industrias españolas, además de la competencia de otras grasas vegetales para el consumo humano, especialmente perjudicial fueron los acuerdos con USA en materia de compra de soja, que si bien sirvió para proporcionar alimento a las granjas avícolas y con él, de carne a los españoles, con el subproducto la haba de soja ésta inundó el mercado con nuevas grasas vegetales, siendo esta realidad desastrosa para el sector olivarero.

Y si a todo ello unimos la falta de competitividad, tanto en el sector primario como en el transformador, anquilosado y anticuado, hicieron que disminuyera o desapareciera la rentabilidad obligando a muchas explotaciones oliveras a su abandono y arranque.

Esta realidad fue negativa para el sector, especialmente fueron estos años centrales del siglo XX cuando se cierran una gran cantidad de molinos particulares y es ahora cuando se crean o se consolidan las cooperativas, los propietarios oliveros entienden y creen clave que unidos es como pueden aguantar la brutal investida de las nuevas grasas.

Estas cooperativas creadas a mediados del siglo XX sólo abordaban la recepción de los frutos, transformación, almacenamiento y comercio a

⁴ Moza Moral, Adoración: Organización y Gestión de las Almazaras cooperativas. Un estudio Empírico. Sevilla, 1999. Pág.109.

⁵ Garrido Herrero, Samuel: "El Cooperativismo agrario español del primer tercio del siglo XX", Revista de Historia Económica, nº 1. Sevilla, 1995. Pág. 115-144.

⁶ Zambrana Pineda, Juan Francisco (1987): Crisis y modernización del Olivar. Madrid.

⁷ Caballero Pérez, Moisés: Historia del Olivar de la Comarca de Estepa. Sevilla, 2004. Pág.



granel a las industrias envasadoras y/o refinadoras y por aquel entonces también a los organismos de intervención.

Habrà que esperar para salir de esta última crisis y será ya cuando España entre en la CEE en 1986, cuando gracias a la Organización Común del Mercado del aceite de oliva y a través del Reglamento 136/1966 y sucesivas modificaciones, vivamos un nuevo renacer del sector.

Comienza así el sector del aceite de oliva Español a percibir ayudas a la producción, a las inversiones en infraestructuras para la mejora de la calidad de los aceites de oliva, al consumo (envasado hasta 5 litros) y las ayudas al asociacionismo que fue decisivo para cambiar el rumbo de algunas cooperativas, constituyéndose Cooperativas de Segundo grado en diferentes puntos de la geografía nacional, aglutinando a cooperativas de primer grado con el compromiso de comercializar la totalidad de sus producciones, etc.

Estas ayudas comunitarias han sido bien empleadas en el sector primario y buen indicador del dinamismo son los datos. Así evolucionamos de una producción media en 1986 de 500.000 Tm. a pasar a 1.400.000 Tm. de aceite de oliva y exportando en aquella fecha sobre 100.000 Tm. y hoy superando 1.000.000 Tm.

Líderes somos hoy en España en producción mundial de aceite de oliva, con más de 2.698.000 has. de olivar sobre una superficie mundial de cerca de 10.700.000 has. En el eslabón transformador las almazaras han llevado a cabo fuertes inversiones para la incorporación de las últimas tecnologías de extracción y almacenamiento del aceite de oliva que han hecho posible un gran salto

cualitativo de los mismos.

Ha sido crucial para ostentar el liderazgo en producción mundial de aceite de oliva disponer hoy en España de cerca de 1.800 almazaras de las que el 52 % son empresas cooperativas y un 48% son almazaras denominadas industriales.

El reparto de la producción de aceite de oliva en el caso de las almazaras cooperativas alcanza hasta el 67% y el resto del 33% de los aceites es obtenido por las almazaras industriales. Esto está cambiando en los últimos años a favor de las almazaras industriales que acompañan a las nuevas plantaciones de olivar superintensivo que restan peso a las cooperativas.

Hay que destacar que para la garantía de obtención de excelentes calidades en los zumos de aceitunas es necesaria la proximidad de las almazaras a los lugares de producción. Por tanto es muy necesaria esa presencia de la red de almazaras a lo largo de los territorios de olivar. Eso sí, habrá que encontrar el equilibrio entre dimensión de las almazaras y proximidad a los olivares de origen de las aceitunas.

Estas 1.800 almazaras quedan repartidas como hemos dicho en un 52 % en empresas cooperativas pero sólo un 26% están integradas en cooperativas de segundo grado cuya producción de aceite de oliva suman en torno a un tercio de la producción nacional.

La razón del poco éxito de la integración de cooperativas de primer grado en estos treinta años en otras de grado superior es debido al fracaso y pésima gestión de algunas experiencias de segundo grado no profesionalizadas, dejando impor-

tantes pérdidas económicas entre sus socios y sembrando desconfianza entre los olivareros afectados y no afectados pues las malas noticias llegan a todos los rincones. Otra razón es la dificultad para demostrar en una comparativa mejores resultados económicos de los olivareros integrados frente a los no integrados por varias razones, como la alta volatilidad de los precios del aceite de oliva en origen, diferentes métodos analíticos para determinar los rendimientos grasos en aceitunas que viene a fijar el precio último pagado a los socios, sistemas de liquidación poco transparentes y sobre todo por la escasa visión empresarial a largo plazo de los integrantes de los Consejos Rectores de estas cooperativas de primer grado, que en definitiva son los que no quieren salir de su zona de confort teniendo que tomar una decisión tan importante.

El modelo de Oleoestepa Sdad. Coop. de 2º Grado

Como ya he señalado en los años de la entrada de España en la CEE la situación del olivar atravesaba una importante crisis. Unos veinticinco o treinta años antes se habían constituido las almazaras cooperativas que en 1986 dieron el paso de crear Oleoestepa. Desde la creación de estas cooperativas de primer grado hasta 1986 su principal objetivo era resolver la recepción y molienda de las aceitunas de los socios olivareros, la calidad de los aceites había mejorado bastante con respecto a los viejos molinos, ahora se empezaban a desechar las viejas prensas hidráulicas de capachos de espartos o fibras de coco y comenzaban a imponerse los sistemas continuos de 3 fases.

El almacenamiento en la bodega se hacía en depósitos de hierro sin más



criterio que una rudimentaria determinación de la acidez del aceite y según el buen saber y entender del maestro de molino.

Una vez producido el aceite comenzaba otro problema, la comercialización. Se trabaja con la colaboración de la figura de un “corredor de aceites”, profesional que normalmente tenía su territorio de influencia, donde conocía en detalle la trastienda de cada molino y a las personas que tomaban las decisiones de ventas. Tenía por la parte compradora una relación de “casas” para las que buscaban partidas de aceites. El papel más importante que jugaba esta figura, imprescindible en el comercio de aceites de la época, era la información. No había posibilidades de disponer de manera rápida de cotizaciones de los aceites, producciones, calidades, etc., en el entorno cercano, provincial o nacional. En una misma población se encontraban en algún caso dos o más almazaras cooperativas que entre ellas se hacían un gran daño económico al competir en las ventas de sus aceites. No importaba tanto el resultado final de las ventas de las cosechas como el asegurar que era menos malo que el obtenido por la cooperativa vecina.

La necesaria Concentración de la oferta

Oleoestepa fue una de las primeras cooperativas de segundo grado que se constituyeron en aquellos entonces. Las cooperativas de primer grado impulsoras del proyecto, alentadas con ayudas comunitarias para el fomento del asociacionismo, para tramitación como gestores de las ayudas comunitarias a la producción del aceite de oliva y preocupadas por la necesidad de poner orden en el comercio de sus aceites y una vez resuelto, aunque de manera muy incipiente la elaboración de los aceites de oliva de sus socios sin tener que depender y someterse, como en épocas anteriores, a las condiciones impuestas por molinos de terceros, deciden finalmente dar un gran salto con la decisión tomada. Es Oleoestepa una de las pocas cooperativas de segundo grado que ha conseguido llegar hasta hoy con un proyecto sólido que comprende la comercialización de la totalidad de los aceites producidos por sus 17 almazaras cooperativas de primer grado y con una visión estratégica definida.

Estas entidades asociadas a Oleoestepa tienen una base social de unos 5.500 olivereros que explotan algo

más de 50.000 has de olivar en diferentes términos municipales de la Sierra Sur y la Comarca de Estepa en Sevilla y Puente Genil en Córdoba. Las características de su olivar corresponden en un porcentaje próximo al 60% a un olivar tradicional con edades superiores a los 50 años que se renueva poco a poco en los últimos tiempos a un marco de plantación intensivo, manteniéndose como variedad dominante la hojiblanca que junto a la variedad manzanilla ofrecen una doble aptitud que permite emplearla tanto para aderezo como para la elaboración de aceites de oliva, características muy apreciadas por los agricultores de la zona. Desde hace algo más de 30 años se introduce con bastante éxito la variedad arbequina que hoy estimamos puede representar un 8% de los olivos de esta Comarca.

Esta dualidad de destino de las aceitunas y su recolección temprana para elaboración de aceites, cuando su piel torna de verde a rojiza, en el envero, pigmentación que no la hace válida para la aceituna cocida, lo que podría ser un problema se convierte en una oportunidad, pues aquí en la Comarca de Estepa no se detienen las labores de recolección de las aceitunas. Una vez comenza-

Oleoestepa es una de las pocas cooperativas de segundo grado que ha conseguido llegar hasta hoy con un proyecto sólido





das la campaña se pasa de “verdear a entregar aceitunas para el molino” y es entonces cuando se procede a la apertura temprana de las almazaras, donde son muy bien recibidas estas aceitunas verdes y enveradas que aportan numerosos matices sensoriales de frutos frescos, con intensidades altas de frutado en sus zumos que son muy valorados internacionalmente y que singulariza los aceites de oliva vírgenes extras de la Denominación de Origen Estepa.

La Clave: Tipificación de los aceites

Una vez dado el paso de constituirse en Cooperativa de Segundo Grado hubo que tener un modelo de gestión que estratégicamente recogiera las palancas sobre las que se quería abordar el mercado y los recursos necesarios para hacerlo garantizando el cumplimiento de la Misión, que en nuestro caso es “Comercializar la totalidad de los aceites producidos por nuestras almazaras asociadas, distinguiéndose por obtener la mejor eficiencia en la actividad”.

Ya desde el inicio de esta nueva andadura de las cooperativas de 2º Grado el mayor problema era definir, en una puesta en común de todos los aceites para su comercialización, cómo se hacía para valorar cada lote de aceite en su justo precio.

Desgraciadamente este hecho es clave, y si bien va cambiando, más en las almazaras cooperativas que en las industriales, por el hecho asociativo de una política más justa y diferenciadora del producto final. Comercializar y vender un producto sin saber a qué calidad corresponde, es aún hoy una práctica muy común, y fueron especialmente las cooperativas de segundo grado con mayor volumen y facturación las que asu-

mieron ese nuevo modelo de necesaria tipificación y diferenciación económica acorde al resultado.

En el caso de Oleoestepa, los diferentes Consejos Rectores de esas cooperativas de primer grado pensaban, y manifestaban abiertamente, que sus aceites eran los mejores de los producidos por el conjunto de Oleoestepa y debían recibir por ello el mayor precio. Ya se ha dicho que el comercio del aceite de oliva sufre una alta volatilidad de los precios en origen, podemos vender hoy a un determinado precio un buen aceite y en dos semanas vender un aceite deficiente más caro que el anterior. Las medidas que definiéramos tenían que ser incentivadoras de la calidad y resolver las injusticias que la volatilidad de precios pudiera ocasionar.

La tipificación de los aceites ha sido clave para alcanzar la visión empresarial de Oleoestepa que en su momento aspiramos: “Ser referente de calidad de los productores y comercializadores de aceites de oliva virgen extra en el mundo

Así desde los primeros años de la constitución de las nuevas cooperativas de 2º Grado trabajaron por disponer de laboratorios propios que contaran con los equipos y personal profesional que tipificaran los diferentes aceites que producían las almazaras asociadas. Esto ha sido clave para alcanzar la visión empresarial de Oleoestepa que en su momento aspiramos: “Ser referente de calidad de los productores y comercializadores de aceites de oliva virgen extra en el mundo, valorizando nuestras producciones y haciendo rentable nuestras explotaciones”

En las cooperativas de 2º grado que apuestan por la máxima calidad, un buen caso es Oleoestepa, la competición entre almazaras para conocer cuál o cuáles son los mejores aceites producidos por ellas, no dependen ya de las opiniones expuestas en el transcurso de una tertulia tomando un café en cada pueblo con el corredor de aceites de la zona, por el contrario disponemos de una intranet donde en tiempo real se pueden consultar los resultados analíticos de todos los depósitos de cada una de las bodegas de aceites, emitidos por un laboratorio propio acreditado por ENAC en esas determinaciones conforme a una ISO 17025.

De cómo se lleva a cabo la tipificación de los aceites de oliva de cada uno de los depósitos de las bodegas de todas las almazaras asociadas queda recogido en las Normas de Régimen Interno, en adelante NRI. Este documento hoy, pulido y mejorado, es fruto de la experiencia comercializadora de los aceites de la cooperativa de segundo grado en estos treinta años, siendo enriquecido año tras año con las aportaciones de todos los técnicos de las entidades asociadas y equipo técnico de Oleoestepa.



Las NRI definen a modo de guía las relaciones entre las almazaras y Oleoestepa, recogiendo todos los detalles de las operaciones de ventas, controles, garantías, documentación, procesos para la clasificación de los aceites por grupos y por calidades, baremación de los mismos y metodología y cálculos para ajuste de los precios a liquidar por cada uno de los depósitos de aceites.

Hoy la tipificación de los aceites en Oleoestepa se hace midiendo de cada depósito de aceite, que suele almacenar entre 50 Tm. y 100 Tm., la acidez, los peróxidos, el K268 y K232, el análisis sensorial, contenido en ésteres etílicos y análisis multirresidual. Esta información nos aporta, en una fórmula ad hoc, un índice Global de Calidad muy mayoritariamente dependiente del resultado del análisis sensorial, pues el comercio internacional de los aceites de oliva vírgenes extras, a pesar de las críticas y acusaciones de subjetividad hacia el método del panel test del Consejo Oleícola Internacional, fija los precios en base al resultado organoléptico.

Otro gran avance incorporado en las NRI de Oleoestepa es controlar en nuestros aceites el contenido en materias activas de insecticidas, herbicidas y fungicidas, estimulando económicamente y concienciando, junto con el apoyo imprescindible de los técnicos agrónomos al frente de las asociaciones de producción integrada, a nuestros olivareros para hacer un adecuado uso de los fitosanitarios, en dosis, fechas, selección de las materias activas, aplicación, etc. Interesantes mercados emergentes, cada vez más exigentes en productos de alta calidad total, nos abren un mundo de oportunidades para estos aceites de oliva vírgenes extras de producción integrada o ecológicos.

El objetivo ha sido siempre primar la calidad de los aceites de oliva producidos y crear una "sana competencia" entre las cooperativas de primer grado que legítimamente tienen que percibir mayor precio cuanto mejor calidad hayan aportado.

Hoy, de no ser gracias a una cooperativa de segundo grado con dimensión suficiente, no es posible llevar a cabo estos trabajos internos de clasificación de aceites, pues es necesario un importante volumen de producción para hacer frente a las inversiones en equipos y material de laboratorios, personal cualificado, equipo de catadores, acreditaciones, auditorías, certificaciones, etc.

En este sector del aceite de oliva es muy importante para participar tanto en la parte de producción y como en la parte de comercio o ambas a la vez contar con un panel de catadores propio. El caso de Oleoestepa claramente enfocada a la excelencia de los aceites de oliva vírgenes extras precisa de contar con un equipo de adiestrados catadores, formados en el análisis para reconocimiento y caracterización de los aceites de oliva vírgenes acorde al Reglamento UE 2568/91 y sucesivas modificaciones.

Financiación

Por otro lado las cooperativas han jugado históricamente un papel muy importante en el acceso a la financiación de los olivareros, permitiendo que a la entrega de las aceitunas se hiciera un anticipo a cuenta de un importe entre el 50% y 70% del valor estimado que tendrían los frutos esa campaña, a un tipo de interés y demás condiciones siempre más favorables que las que podría conseguir directamente, en el supuesto de ser atendida su peti-

ción por la banca, y con sólo la pig-noración de su cosecha entregada.

De los gastos más importantes que conlleva el cultivo del olivar dos de ellos se producen uno tras otro y requiere de tesorería o financiación para hacer frente a los mismos, la recolección de las aceitunas y la poda o limpieza del olivo. Es decir, inmediatamente producido el aceite. Por tanto es bastante frecuente que se requieran "anticipos de campaña" a las cooperativas por parte de los socios seguidamente a la entrega de sus aceitunas, cuando probablemente aún no se haya vendido ningún lote de aceite, disponiendo para ello la cooperativa de una póliza de campaña para atender estas necesidades.

En algunos lugares a lo largo de las grandes áreas de producción olivarera en España, es frecuente encontrar otras almazaras no cooperativas que ofrecen comprar aceitunas directamente al oleicultor pagando un precio de "tablilla", vinculado o no a un rendimiento graso de cada una de las partidas de aceitunas que se entreguen e incluso vinculado a un rendimiento graso medio por semana o quincena del término municipal de donde proceda la aceituna. Esto último es costumbre en algunos lugares de España sorprendentemente todavía.

Otro servicio que ofrecen estas otras almazaras es la denominada maquila, consistente en molturar las aceitunas y poner a disposición del olivarero el aceite resultante para que decida él cuando quiere venderlo en los diferentes escenarios de alta volatilidad que suelen acompañar este sector. El olivarero debe pagar al almazarero una cantidad fijada previamente por kilo de aceituna molturada y recibe una equivalen-



cia de kilos de aceites en función de un análisis de rendimiento graso de cada partida de aceitunas, al que se resta entre dos y tres puntos de grasa en concepto de mermas industriales que quedan en el alpeorujo (alpechín y orujo). Estas mermas dependerán de la variedad de aceituna, de la época de molturación e índice de madurez de las aceitunas, de la zona productora, de la eficiencia de la almazara, del método de análisis usado para determinar el contenido en aceite por 100 kg de aceitunas y de la “habilidad” de la negociación de ambas partes.

Al crearse las cooperativas de segundo grado y en particular en el caso de Oleoestepa teníamos que establecer un modelo de comercio y pago de los aceites a las cooperativas de primer grado que no retrasara la llegada de dinero al olivarero. Había que mantener la fidelidad de los socios olivareros como proveedores de nuestras almazaras y no dejar que fuesen tentados por los ofrecimientos de estas otras almazaras no cooperativas para hacer dinero rápido.

Las cooperativas de segundo grado aspiramos a entregar a nuestros socios el mejor resultado económico por sus cosechas y a la vez atender una cartera de clientes durante 365 días al año, con miras a un proyecto comercial a largo plazo frente a una misión exclusiva de primera transformación de otras almazaras industriales o cooperativas sin visión o deseo comercial.

Vender durante todos los meses y coyunturas a lo largo de un año tiene un efecto en el precio final resultante del aceite que debe asumirse por la volatilidad que ya hemos dicho que acompaña a este sector.

En Oleoestepa encontramos una fórmula que atiende ambas necesidades. Tenemos el compromiso de transferir desde el principio de campaña y con frecuencia quincenal anticipos a cuenta lineales por kilos de aceites producidos por cada cooperativa. Estos importes dependerán de los ingresos obtenidos por las ventas en ese periodo y así sucesivamente hasta llegados al mes de octubre que procedemos a liquidar totalmente la campaña y regularizar los precios de cada lote de aceite por calidad conforme establecen las NRI y ya hemos explicado anteriormente.

Comercio

Al amparo de la Ley 29/1972 de Agrupaciones de Productores Agrarios se animó desde el Estado a mitigar la dispersión de la oferta agraria y fue el primer paso para la constitución de los grupos comercializadores. La medida recogía unas obligaciones de las entidades calificadas, entre las que se exigía la comercialización de la totalidad de las producciones de las asociadas a través del nuevo ente y la tipificación de las producciones. A cambio se percibían unas subvenciones que equivalían a un porcentaje de la facturación para la puesta en marcha y financiación de la actividad.

El Reglamento CEE nº 1360/78 era la transposición de la normativa nacional a la Comunitaria a la que hubo que adaptarse para ratificar el reconocimiento como A.P.A. Como se ha mencionado anteriormente fue el año 1986 y siguientes en los que se crean estos grupos comercializadores.

En Jaén, primera región productora de aceite de oliva del mundo, no ha sido muy exitoso el fenómeno de la

concentración de la oferta. Fueron varios grupos los que se constituyeron como Fedeoлива que estuvo integrada por 15 cooperativas y 7000 agricultores antes de su liquidación en el año 2005 tras una deuda de 43 millones de €. Oleoespaña fue otra iniciativa que tuvo igualmente poca trayectoria como grupo cooperativo aglutinador. Por el contrario Jaencoop con cerca de 70.000 Tm de aceite de oliva y Olivar de Segura con otras 20.000 Tm. son dos buenos referentes de empresas cooperativas comercializadoras que están presentes en el comercio de granel y envasado. Otra estrategia más reciente en esta provincia es Interoleo-pical, constituida en el año 2009 como sociedad anónima y en la que participan cooperativas y almazaras industriales con un volumen próximo a 50.000 Tm de aceite de oliva.

En Málaga nació Hojiblanca, actualmente denominada Dcoop tras la venta de su marca que daba nombre al grupo a la multinacional Deoleo. En el año 2003 las veinte cooperativas de Cordoliva, decana de las cooperativas de segundo grado de aceite de oliva en España y las veintitrés cooperativas de Hojiblanca acuerdan su fusión creando un grupo comercializador de 70.000 Tm de aceite de oliva y más de 200 millones de € de facturación en aquel entonces. Mas tardes se incorpora la cooperativa de segundo grado Tierras Altas de Granada a Dcoop, cuatro años después de sus constitución en 2009. En la actualidad es el mayor grupo productor y comercializador de aceite de oliva del mundo. Es el único grupo calificado como Entidad Asociativa Prioritaria de España del sector del aceite de oliva gracias a la Ley 13/2013 para el fomento de la integración de cooperativas y de otras entidades asociativas de carácter agroalimentario.



Esta Ley bien recibida inicialmente por el sector del aceite de oliva, nacida para estimular las integraciones que permitieran alcanzar mayor dimensión y animar a la constitución de nuevos grupos de carácter supra-autonómico, ha defraudado a muchas cooperativas de segundo grado por los requisitos exigidos de facturación de 500 millones de €, no habiendo más grupos calificados hasta la fecha en el sector del aceite de oliva que Dcoop. Son muchos los que pensamos que siempre sería mejor concentrar la oferta de aceite de oliva entre 5 o 10 grandes empresas productoras, lo que supondría un gran avance, que no entre las cientos de empresas que actualmente están ofertando en el mercado.

En Córdoba se constituyó Almazaras de las Subbéticas creada en 2007 de la fusión de dos cooperativas veteranas (A.P.A. Virgen del Castillo) y con experiencia en la integración de cooperativas de la provincia y que hoy alcanzan una producción de 40.000 Tm. de aceite de oliva. Hubo otras experiencias en Córdoba como Codeba o Andoleum que no llegaron tampoco a consolidar como empresas comercializadoras. En la provincia de Sevilla tras Oleoestepa se constituyó Campesur para desaparecer unos años más tarde. Fuera de Andalucía destacar Oleo-Toledo con una producción próxima a las 38.000 Tm de aceite de oliva o Viñaoliva en Extremadura constituida en 1.998 y que realizan hoy un buen trabajo de integración para el vino y el aceite de oliva de aquella región del suroeste español.

En todas las empresas cooperativas de segundo grado existentes hoy se ha hecho, con mayor o menor éxito, una gran labor para la concentración de la oferta, tipificación de los

aceites y financiación. A medida que se fue definiendo un modelo de gestión aceptado en la cooperativa de segundo grado, se fue dando forma a la actividad comercial. Inicialmente y hasta el año 1991 cuando comienzan en España las ayudas al consumo del aceite de oliva, la actividad estuvo centrada exclusivamente en las ventas a granel a industrias envasadoras y refinadoras principalmente españolas. A partir de entonces la presencia de marcas de aceites de oliva en los lineales de supermercados españoles y más allá de nuestras fronteras es cada vez más frecuente. En la mayoría de los casos son marcas con presencia local o provincial y muy pocos los casos de marcas de cooperativas con penetración en cadenas de ámbito nacional o internacional.

Hoy cooperativas como Oleoestepa estamos presentes con nuestros aceites a través de las diferentes marcas en toda la geografía nacional y haciendo una fuerte apuesta en el comercio internacional donde facturamos el 45% del negocio. Atendemos a la gran distribución también envasando algunas de las marcas de mayor volumen de España y algunas otras de la distribución americana, europea y asiática. Servimos a industrias envasadoras e industrias alimentarias aceites de oliva vírgenes extras "Llave en mano", bien para envasado de sus marcas, bien como ingrediente de la receta de sus productos elaborados. Contamos con un equipo de profesionales en nuestra plantilla para el comercio nacional e internacional, laboratorios, I+D+i, marketing, informática, calidad y medio ambiente, administración y finanzas, logística, agrónomos, etc.

En resumen hemos hecho un trabajo en estos últimos 30 años muy

importante en modernizar el sector del aceite de oliva que ciertamente nada tiene que ver con la década de los 50 del siglo pasado. Ahora tenemos una plataforma sólida sobre la que seguir actuando en el sector del aceite de oliva en un futuro que auguramos muy prometedor para quienes disponemos de todos los eslabones de la cadena de valor del aceite de oliva.

BIBLIOGRAFÍA

CABALLERO PAÉZ, Moisés (2004): Historia del Olivar de la Comarca de Estepa. Sevilla.

LAMO DE ESPINOSA Y DE LA CARCEL, José M^a Ed facsímil (2014); El Aceite Italiano. Estepa, Sevilla.

MOZAL MORAL, Adoración (1999): Organización y Gestión de las Almazaras Cooperativas: Un Estudio Empírico. Sevilla.

PELAYO DÍAZ, Yolanda (2002): Análisis estratégico del sector envasador de aceite de oliva en España; Recomendaciones para el subsector cooperativo. Huelva.

VV.AA. Ed. facsímil (2010): Actas del VII Congreso de Olivicultura, Sevilla 1924. Sevilla

ZAMBRANA PINEDA, Juan Francisco (1987): Crisis y modernización del Olivar. Madrid

Salmorejo de tinta de calamar



INGREDIENTES:

- 60 ml de AOVE Hojiblanca de la D.O.Estepa
- 4 g de ajo morado
- 645 g de tomate
- 6 g de sal
- 77 g de pan de telera
- 10 g de tinta de calamar
- 8 g de alga nori
- 2 g katshobushi (copos de atún seco)

PREPARACIÓN: Trituramos el tomate hasta que consigamos un zumo de tomate.

Después añadimos el pan de telera y volvemos a tritutar para crear una crema homogénea.

A continuación emulsionamos la crema con el aceite de oliva virgen extra. Ponemos el resultado a punto de sal y añadimos la tinta pasteurizada de tinta de calamar y el alga nori, que coloreará y aportará a nuestro salmorejo un toque sutil de sabor a mar.



Bacalao al horno



INGREDIENTES:

- 1 Kg. de bacalao fresco o desalado
- 1 Kg. de patatas
- 1 Cebolla
- 1 Tomate
- 1 Calabacín
- 1 Pimiento verde
- 5 Dientes de ajo
- Aceite de oliva virgen extra de la D.O.Estepa
- Sal y perejil picado

PREPARACIÓN: Se hace una fritada con la cebolla, calabacín, pimiento, ajo y el tomate, cortado todo en juliana y se reserva.

En una fuente se colocan las patatas cortadas en lonchas de 1/2 cm. de grosor y fritas debidamente, y sobre éstas se esparce la fritada.

Ahora se ponen encima los lomos del bacalao sin la espina y con la piel hacia abajo, se pone perejil picado por encima y un buen chorreón de aceite y, finalmente, se hornea 15 min. a 180°, dependiendo del grosor de los lomos.



NO
TE PONDRÍAS
CUALQUIER
COSA
PARA UNA
ENTREVISTA
DE TRABAJO

¿POR QUÉ
ELEGIR CUALQUIER
ACEITE?



DENOMINACIÓN
DE ORIGEN
ESTEPA

UN EXTRA
QUE IMPORTA

Elige la Denominación
de Origen más
exigente del mundo.

UN EXTRA DE CALIDAD
UN EXTRA DE TRADICIÓN
UN EXTRA DE SOSTENIBILIDAD.

UN EXTRA QUE IMPORTA.

QUE IMPORTA
UN EXTRA