



FRUTADO INTENSO



Nº 44 / AÑO 2020

REVISTA TRIMESTRAL DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN ESTEPA

Análisis del Mercado

Las claves que han intervenido en estos años en el comportamiento de los precios en origen del aceite y qué puede ocurrir en el futuro

Alimentación y Salud

Paloma Gil, Endocrinóloga y Doctora del programa "La Báscula" de Canal Sur televisión, nos habla sobre alimentación saludable

Premio Eduardo Pérez

La cooperativa San José de Lora de Estepa celebra el acto de entrega de la II edición del premio de investigación Eduardo Pérez

Entrevistamos a

CARMEN CRESPO

Consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible



UN PROYECTO DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN ESTEPA

SALUDABLES

I JORNADA SOBRE ALIMENTACIÓN Y HÁBITOS SALUDABLES

CON PALOMA GIL



16 DE ENERO DE 2020
a las 18:30 horas



EN EL SALÓN DE ACTOS
de Oleoestepa S.C.A.
en c/ Olivo s/n - Estepa

INSCRIPCIONES E INFORMACIÓN

WWW.DOESTEPA.ES/SALUDABLES

955 912630 - COMUNICACION@DOESTEPA.ES





“No creo en la casualidad ni en la necesidad: mi voluntad es el destino”

John Milton

Con las palabras de este escritor y ensayista inglés comenzamos este nuevo editorial y nuevo número de Frutado Intenso. Como viene siendo tónica habitual a comienzo de campaña la incertidumbre se hace más patente, y quizás este año de manera más evidente. Año corto en producción, de manera muy notable si se compara con la pasada campaña y desgraciadamente e incomprensiblemente bajo en precios.

Desde la Denominación de Origen Estepa son muchos los años en los que venimos recordando y recalando que esta situación de volatilidad en los precios requiere de respuestas novedosas y éstas no pueden venir desde el exterior, carente en muchos casos de conocimiento real o sencillamente “cobardes”.

La autorregulación o el almacenamiento son pequeños “parches” ante una gran hemorragia, y valga más que nunca como ejemplo los actuales resultados de esta primera licitación.

Mientras el sector no coja “al toro por los cuernos” estas situaciones serán frecuentes y, en muchos casos, ante los nuevos escenarios de producciones más competitivas, dicho fenómeno será especialmente preocupante para los pequeños productores o aquellos que no cuenten con un olivar “modernizado”.

Evidentemente no hay varitas mágicas, ni magos capaces de solucionar esta realidad, lo que debe imponerse por favor es el sentido común y, estos problemas que llevan décadas enquistados, que son repetitivos y que, en muchos casos, están agravándose, necesitan de respuestas nuevas y valientes, lo que no significa alocadas.

Un buen ejemplo de esta realidad y de esta forma de actuar son las nuevas entidades y sociedades. Especialmente interesante y por estudiar es el fenómeno de las nuevas sociedades, industriales y, en muchos casos, envasadores también de la provincia de Jaén, particulares que ante el anquilamiento de un sector, de nuestro sector, han decidido dar pasos nuevos, y he ahí el éxito de muchos de ellos y de esos nuevos espacios geográficos.

Seamos coherentes, estudiemos nuevos marcos, provoquemos a los políticos y a nuestros representantes con nuevas medidas, antes de que la sociedad, a veces sin el mayor de los conocimientos, nos imponga realidades que nos puedan perjudicar de manera más notable.

Con todo, desde el optimismo de un sector tan maravilloso como el nuestro, que tiene un mundo de bondades, de sabores, de salud por abrir y por dar a conocer, les deseamos...

¡Feliz y Prospero año 2020!

4 / MERCADO



Álvaro Olavarría, Director Gerente de Oleoestepa, hace un interesante análisis de la evolución de los precios en origen del aceite de oliva.

10 / NOTICIAS



Descubre las últimas novedades de la Denominación de Origen Estepa y sus entidades asociadas.



18 / CARMEN CRESPO, CONSEJERA DE AGRICULTURA

Entrevistamos a la actual Consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible que analiza la situación del sector.

24 / OLEOESTEPA RENUEVA Y REVITALIZA SU IMAGEN

Oleoestepa ha lanzado una campaña de comunicación para dar a conocer su nueva imagen, actualizando al abuelo y su nieta.

26 / PALOMA GIL

Entrevistamos a la endocrinóloga y popular doctora de La Báscula, que nos habla sobre hábitos y alimentación saludable.

24 / INVESTIGACIÓN, UN PILAR CLAVE PARA LA D.O.

La Denominación de Origen Estepa analiza los diferentes proyectos de investigación en los que se haya inmersa.

Excedentes de aceites, aranceles en EE.UU y activación de los contratos de almacenamiento privado



Álvaro Olavarría nos cuenta las claves que han intervenido en estos años en el comportamiento de los precios en origen del aceite de oliva y que puede ocurrir en los próximos años.

Hace unos meses me pedía la revista sectorial de aceites MERCA-CEI que escribiera un artículo para un número especial con motivo de su 25 aniversario, en el que opinara cuáles han sido las claves que han intervenido en estos años en el comportamiento de los precios en origen del aceite de oliva y que puede ocurrir en los próximos años.

Ahora estamos atravesando una grave crisis en los precios del aceite de oliva y por este motivo he decidido actualizar aquel artículo para describir qué está sucediendo y explicar cómo funcionan los con-

tratos de almacenamiento privado de aceite de oliva en el marco del procedimiento de licitación abierto por el Reglamento de Ejecución (UE) 2019/1882.

Esta campaña 2019/2020 ha comenzado oficialmente el pasado 1 de octubre con un stock de aceite de oliva en España de 755.000 Tm., el 42% de la producción de la pasada cosecha y el 34% de las disponibilidades totales de la misma. **En el mediterráneo todos los países productores, salvo España y Marruecos, disponen de mejores cosechas en sus olivares, que junto**

a este importante remanente de aceite español nos garantizan mayor disponibilidad mundial que la pasada cosecha.

La situación temíamos que podría empeorar cuando desde primeros de este año 2019 sabíamos que Estados Unidos podría cumplir su amenaza de fijar una lista de productos de la Unión Europea a los que aplicar aranceles a sus importaciones, como medida autorizada por la Organización Mundial del Comercio para compensar las ayudas que el consorcio europeo Airbus había recibido de la UE y agu-



dizaba la guerra comercial de su competidor americano Boeing. Así, a partir del pasado 18 de octubre, todos los aceites de origen español envasados en formatos menores de 18 kg importados por Estados Unidos están afectados por un arancel del 25% del valor de su factura. Esto es muy grave pues sólo los aceites producidos en España, independientemente de quien lo envase y donde se envasen, están afectados por el arancel. El gobierno de Trump cierra la puerta sólo a los aceites de oliva envasados cuya producción sea España. Los aceites de oliva importados a granel, en diferentes formas mayor de 18 Kg no están afectados por los aranceles, de momento, aunque se teme que en la revisión próxima de la lista de productos y porcentaje a aplicar pueda empeorar la situación.

Llegados a este punto los precios en origen del aceite de oliva, sensibles a esta coyuntura, iban bajando semana tras semana y tras la presión ejercida por diferentes frentes a las diferentes administraciones públicas, la Comisión Europea aprueba el 8 de noviembre el Reglamento que inicia la licitación de ayudas para almacenar aceites. En esta ocasión y según el propio Reglamento las razones antes descritas causan una grave perturbación a amplias partes del mercado de la Unión que requiere de actuaciones de regulación del mercado.

Los contratos de almacenamiento es un mecanismo de regulación del mercado establecido en la normativa comunitaria que se abre mediante un concurso por el cual se concede una ayuda diaria por Tm de aceite inmovilizado, en esta ocasión para un periodo de 180 días y para las calidades lampante, virgen y extra con una cantidad mínima de 50 Tm. No hay techo en

Producción aceite de oliva mediterráneo y stock final España				
			Estimación	
	2018-2019	65,84%	2019-2020	55,02%
España	1.787.666	57,02%	1.250.000	36,16%
Stock 31 Octubre España	276.500	8,82%	652.049	18,86%
Italia	175.000	5,58%	340.000	9,83%
Grecia	185.000	5,90%	300.000	8,68%
Tunez	120.000	3,83%	300.000	8,68%
Turquía	190.000	6,06%	225.000	6,51%
Marruecos	200.000	6,38%	145.000	4,19%
Portugal	101.000	3,22%	125.000	3,62%
Siria	100.000	3,19%	120.000	3,47%
Tm. aceite oliva	3.135.166	100%	3.457.049	100%

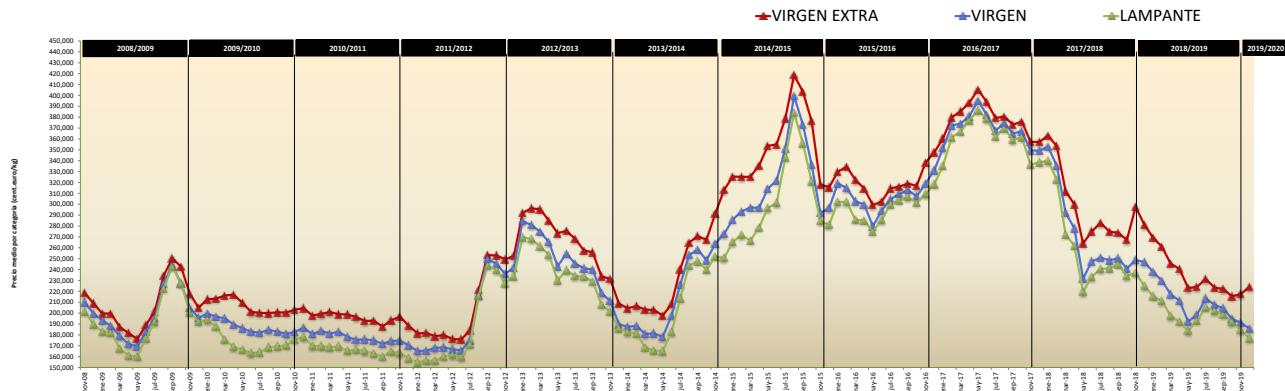
Fuente datos periodo: Consejo Oleícola Internacional

cantidad. Esta ayuda es para cubrir los gastos financieros, logísticos y de almacenamiento del aceite de los oferentes. Pueden participar almazaras y envasadores o entidades de segundo grado que integren a estas industrias. Cada oferente limita cantidad, calidad y €/Tm/día y la Comisión cerrada la convocatoria comunica el importe de la ayuda. Este año ya se han cerrado dos convocatorias, la de noviembre cerrando en 0,83 €/Tm y día y la de diciembre cerrando en 1,1 €/Tm y día. Esto ha sido muy mal recibido por la producción que ha valorado como una decepción y un engaño la convocatoria de almacenamiento. Sería necesario que la ayuda fuera suficientemente atractiva para que se retiraran al menos 200.000 Tm de la oferta española.

¿Qué está pasando con los precios del aceite de oliva en origen, qué importancia tienen los contratos de almacenamiento privado, qué

importancia tiene la concentración de la oferta y la climatología? Por último ¿qué podemos aprender de la experiencia de estos 25 últimos años? De este periodo, la campaña 1995/1996 fue la peor de producción de aceite de oliva de España, motivada por una importante sequía de la que obtuvimos sólo 337.000 Tm. y precios medios de 630 pts/Kg (3,75 €/Kg). Nuevamente diez años más tarde por unas fuertes heladas en Enero y Febrero de 2005 la producción de aceite de oliva de la campaña 2005/2006 en España fue sólo de 827.000 Tm y el resto de países no compensó nuestro descenso, que ya habíamos alcanzado en dos ocasiones anteriores producciones de 1.400.000 Tm. Los precios de algún buen extra rozaron entonces los 4,20 €/Kg y precios medios de campaña de 3,45 €/Kg. Vuelven a pasar nueve años y vemos otro importante repunte de precios en la campaña 2014/2015 como consecuencia de un año precedente de

Evolución de precios medios mensuales en origen (POOL)



bajas precipitaciones del orden de un -36% de la media. Este último periodo de 2014/2015 a 2017/2018 ha sido el más largo con precios en origen altos del aceite de oliva.

Visto este breve resumen concluimos con una obviedad diciendo que los precios han sido muy dependientes de las cosechas y éstas de la climatología. Podríamos añadir algo más evidente y es decir que **en este periodo, que comienza tras una década de andadura de España en la CEE, hemos ocupado un liderazgo en la producción de aceite de oliva en el mundo que nos ha llevado a participaciones entre el 35% en cosechas pésimas de sequía en nuestro país, hasta un protagonismo superior a un 60% como esta última campaña 2018/2019, con una media en los últimos años del 45 % y por tanto los precios del aceite de oliva en el mundo ha dependido de lo que aconteciera en España.**

Pero además de la climatología y sus efectos sobre las cosechas destacaría otros aspectos claves para la formación de los precios en origen de los aceites de oliva. Uno de ellos y de mucha actualidad es la Política Agraria Comunitaria en la que España participa como miembro de la Unión Europea. Determinados instrumentos de regulación

del mercado o medidas de apoyo mediante ayudas directas, han favorecido que se tomaran decisiones comerciales en diferentes eslabones de la cadena en un sentido o en otro. Por ejemplo, la existencia de un marco regulatorio con aplicación de determinadas ayudas comunitarias para momentos de crisis en los precios de los aceites de oliva, como es el caso de las medidas fijadas para almacenamiento privado. Gracias a éstas disponemos de un suelo para los precios fijado por los valores de referencia para cada una de sus diferentes calidades del aceite de oliva. Estos precios de referencia que se fijaron en diciembre de 1998 por el Reglamento (CE) 2768/98 y continúan estando vigentes hoy con una revisión en el Reglamento 865/2004 donde se eliminaba la calidad aceite de oliva corriente, son para la calidad virgen extra 1.778,80 €/Tm., para calidad virgen 1.709,90 €/Tm. y para calidad lampante 1.524,00 €/Tm. Estos valores estaban calculados sobre el 95% de los precios entonces de intervención que desaparece en 1.998.

Desde hace años se viene pidiendo la revisión de estos precios de referencia de hace veinte años, pues efectivamente es una red de seguridad. Nos podemos preguntar si se incrementaran estos valores en la

misma proporción de la variación del Índice de Precios al Consumo en España desde el 1 de enero de 1.999 hasta junio de 2019, que supone una inflación acumulada del 53,98% según el INE, obtendríamos un nuevo precio del lampante de 2.346,66 €/Tm.. ¿qué ocurriría? ¿Habrá una situación similar en el

Los precios del aceite de oliva en el mundo, durante la última década, han dependido de lo que aconteciera en España, gracias al liderazgo en producción de nuestro país, donde contamos con una media en los últimos años del 45% de la producción mundial



comercio internacional del aceite de oliva y así se aseguraría a los productores de la Comunidad una remuneración justa como propone los principios de la OCM del aceite de oliva? ¿Provocaríamos un efecto llamada al cultivo de olivar por su atractivo económico frente a otros cultivos y especialmente los herbáceos? Una visión más liberal, menos protecciónista y más enfocada al mercado de la Política Agraria Comunitaria es la razón de esta no revisión de los umbrales de los precios de activación del almacenamiento privado.

La campaña de comercialización 2000/2001 España produjo 974.000 Tm., el consumo interno se mantuvo en cifras altas aceptables de 558.000 Tm. y la exportación alcanzó nuevo récord entonces de 482.000 Tm., descendieron los precios del aceite de oliva a niveles que condujeron a la activación, por primera vez desde su creación, de los contratos de almacenamiento privado. Para España estaba autorizada una cantidad máxima de 80.000 Tm y sólo se cubrió 38.000 Tm. con una ayuda máxima de 1,22 €/Tm/día. Las buenas expectativas de cosecha 2001/2002 (nuevo récord de 1.414.000 Tm.) y el miedo al desconocimiento del funcionamiento por primera vez de los contratos de almacenamiento fueron la razón de este mal comienzo.

Y la última vez que se activó el mecanismo de los contratos de almacenamiento privado en España recuerda mucho a lo que está sucediendo este año 2019. Fue en octubre de 2011 y febrero y junio de 2012, el stock de enlace el 31 de octubre de 2012 fue de 598.000 Tm., el más alto nunca conocido en España y hasta octubre de 2019 no superado. Las retiradas de aceites llevadas a cabo con estas tres licita-

taciones mencionadas apenas tuvieron efecto sobre los precios en origen, sin embargo la mala cosecha que se esperaba de la campaña 2012/2013 que finalmente fue de solo 616.000 Tm. hizo desde el mes de julio de 2012, una vez se confirmó los aforos más pesimistas, recuperar las cotizaciones y los aceites inmovilizados en la tercera licitación cuando quedaron libres para la venta en los tres primeros meses del año 2013 habían recuperado 1.000 €/Tm.

Por tanto la PAC mediante el primer pilar con sus mecanismos de intervención, ahora mucho más liberalizado tras la importante reforma introducida en el sector del aceite de oliva por el Reglamento (CEE) nº 1638/1998 del Consejo, modificando el Reglamento (CEE) nº 136/1966 de la OCM de las materias grasas, en la que desaparecía la intervención del aceite de oliva ante el peligro de que aparecieran futuros excedentes de producción de aceite y también la desaparición de la compleja ayuda al consumo y que tanto fraude generó, ha incidido en los mercados interior y exterior indiscutiblemente en los precios. No podemos olvidar las medidas que regulan los aranceles para importaciones de aceites de oliva de terceros países a la Unión

Europea, verdadero escudo de defensa de los productores.

En concreto el almacenamiento privado que cuenta con un precio mínimo de referencia para las tres calidades de aceites extras, virgen y lampante, es una línea roja infranqueable para productores y operadores comerciales por debajo de la cual no se ha operado apenas, al menos hasta ahora. Fuera de estos momentos de precios valle, las cotizaciones dependen de la climatología y como consecuencia de sus cosechas.

Otro factor importante es la organización de la oferta y con ello la conformación de precios en estos últimos 25 años. La constitución de grupos de productores en sus diferentes fórmulas de cooperativas de 2º grado o sociedades mercantiles ha sido clave. Con sus luces y sombras hemos de reconocer que ha sido desde sus inicios, allá por la última etapa de la década de los 80, un nuevo actor decisivo para el comercio de los aceites de oliva españoles y envidia de otros países como Italia, Portugal y Grecia que apenas cuentan con una vertebración de la producción. Algunas entidades han consolidado proyectos, otras han desaparecido o se han integrado en otros grupos. Estas

El almacenamiento privado que cuenta con un precio mínimo de referencia para las tres calidades de aceites extras, virgen y lampante, es una línea roja infranqueable para productores y operadores comerciales por debajo de la cual no se ha operado apenas, al menos hasta ahora.

empresas fueron Alcofed, Campe-sur, Codeba, Cordoliva, Almazaras de la Subbetica, Olivar de Segura, Jaencoop, Hojiblanca, Fedeoliva, Oleoespaña y Oleoestepa y recientemente Interoleo Picual, Viñaoliva, Oleotoledo, Manzanilla Olive. Con la mayoría de estas entidades existentes entonces, se constituyó el 23 de Enero de 1.998 en La Carlota (Córdoba) Aceites Cooperativos SCA de tercer grado. Esta fecha es muy importante porque en ese año desaparece de la normativa comunitaria los mecanismos de intervención.

Esta nueva cooperativa constituyó más tarde junto con Puleva la sociedad Andoleum con un capital social de 400 millones de pesetas de los que el 70 % pertenecían a la empresa láctea y el resto a Aceites Cooperativos. Tras un periplo de unos años sin éxito en el lanzamiento de la marca Andoleum para aceite de oliva virgen extra, que por cierto se envasaban en Oleoestepa, y agotar su capital social, desaparece la sociedad.

Este grupo de AA.PP-AA. entonces representaba entre 120 y 130 millones de kilos de aceites que suponía entre el 15 % y 20 % de la producción nacional de aquella época.

Hay que destacar el comportamiento de los precios en origen del aceite de oliva que vivimos en las campañas 97/98, 98/99 y 99/00. La campaña 97/98 España obtiene nuevo récord en producción de aceite de oliva con 1.077.000 Tm. y finaliza vendiendo los productores a la intervención, que era su último año de funcionamiento. La campaña 98/99 comienza ascendiendo los precios que partían de valores de la intervención hasta conseguir subidas de hasta 100 pts/Kg. La Comisión de Bruselas decide sacar a subasta los aceites meses antes en-

Una fecha importante para la integración cooperativa fue el 24 de Abril de 2.003 cuando FAECA convocó a todos los grupos cooperativos de 2º grado para oír la conferencia del catedrático de economía D. Juan Francisco Juliá sobre el modelo cooperativo europeo.

tregados y desde Aceites Cooperativos y otros grupos importantes se acude a la licitación a comprarlos.

Las importaciones de aceites en España ese año alcanzan la mayor cifra hasta entonces con 109.000 Tm. Cuando finaliza la campaña 97/98 en octubre teníamos el mayor stock de enlace conocido hasta entonces en España de 403.000 Tm. La campaña 1999/2000 España produce 669.000 Tm que junto al stock final e importaciones suman unas disponibilidades de 1.090.000 Tm. Los precios comienzan nuevamente a descender a lo largo de la campaña y terminan activándose por primera vez los contratos de almacenamiento privado, como ya se ha indicado, en la campaña siguiente 2000/2001.

Tras la supresión de los mecanismos de intervención de Bruselas y la evolución de los precios, el 5 de Junio de 2.000 Aceites Cooperativos definió y puso en marcha la constitución de CECASA, Compañía Española Comercializadora de Aceites, S.A., que junto con productores, almazaras industriales y entidades bancarias desembolsaban un capital social de 732.443.000 pesetas para disponer de una entidad que pudiera actuar en el mercado en sustitución de la intervención y para participar también en los con-

tratos de almacenamiento privado. En el año 2001 prospera el suspenso cautelar de los servicios de la competencia a su autorización singular para operar en el mercado de ganeles de los aceites de oliva y aparca el proyecto de Cecasa durante largo tiempo.

Una fecha importante para la integración cooperativa fue el 24 de Abril de 2.003 cuando FAECA convocó en el salón de actos de Oleoestepa a todos los grupos cooperativos de 2º grado tanto de aceite de oliva como de aceituna de mesa, para oír la conferencia del catedrático de economía de la Universidad de Valencia D. Juan Francisco Juliá sobre el modelo cooperativo europeo. Para la campaña siguiente 2003/2004 Cordoliva se integró en el grupo Hojiblanca (hoy denominada Dcoop) y comenzaba la carrera por conseguir la mayor dimensión empresarial en el mundo de productores de aceite de oliva.

En el cuadro adjunto se muestra como está vertebrada la estructura productora en España hoy y la concentración de la oferta que se ha alcanzado. Prácticamente la mitad de las almazaras de España son cooperativas y la otra mitad son industriales. De las almazaras cooperativas, que producen el 67% del aceite, sólo 38,47% están a su vez



	Nº Almazaras	Producción (Tm)	% prod coop /Prod total España	% Almaza	% Alma Coop	Tm/almazara
Dcoop	117	280.000	15,66%	6,51%	12,90%	2.393,16
Jaencoop y Olivar Segura	28	120.000	6,71%	1,56%	3,09%	4.285,71
Interoleo Picual SA *	28	70.000	3,92%	1,56%	3,09%	2.500,00
OleoToledo, S.L.	46	50.000	2,80%	2,56%	5,07%	1.086,96
Almazaras de la Subbetica	14	60.000	3,36%	0,78%	1,54%	4.285,71
Oleoestepa, SCA	17	52.800	2,95%	0,95%	1,87%	3.105,88
Viñaoliva	11	9.000	0,50%	0,61%	1,21%	818,18
Manzanilla Olive	3	10.200	0,57%	0,17%	0,33%	3.400,00
Almazaras integradas 2º Grado	264	652.000	36,47%	14,69%	29,11%	2.469,70
Cooperativas No integradas	643	552.288	30,89%	35,78%		858,92
TOTAL Almazaras Coops.	907	1.204.288	67,36%	50,47%		1.327,77
Almazaras Industriales	890	583.534	32,64%	49,53%		655,66
TOTAL Almazaras	1.797	1.787.822	100,00%	100,00%		994,89

* Interoleo asocia a 18 coop y 10 indust

integradas en grupos comercializadores o cooperativas de 2º grado. La ordenación de la oferta es muy importante para fijar estrategias de comercialización que puedan aportar valor a las producciones.

A modo de resumen y conclusiones sobre mi opinión de las claves para la formación de los precios del aceite de oliva en el futuro, dependerán mucho de la estructura de la oferta del mayor país productor de aceite de oliva del mundo. Se debe liderar el comercio de las importantes producciones que ya estamos obteniendo desde una oferta más profesional y organizada, independientemente del tamaño.

Por otro lado, la evolución que puedan tener los precios de nuestras cosechas en los próximos 25 años dependerá como hasta ahora de la climatología, que alterará según los expertos, períodos cada vez más largos de sequía con otros de lluvias torrenciales. Seguiremos por tanto viendo esta alta volatilidad en los precios del aceite de oliva, con aproximaciones a

precios más bajos, acercándose al de otros aceites vegetales a los que hay que arañar cuota de mercado.

Sobre la Política Agraria Comunitaria, cada vez con menos intervención en la regulación de los mercados, con menos presupuesto y más cuestionada, tendrá menos peso y por tanto influencia en los precios de los aceites.

Quizás una última oportunidad, contemplada en la normativa de la PAC y que en su actual revisión del nuevo marco financiero 2021-2027, pudiera permitir a través de la interprofesional del aceite de oliva español junto con la promoción y acciones de Investigación y Desarrollo, medidas de autorregulación. Se abre un debate a favor y en contra de este posible mecanismo.

Por tanto, las salidas a las importantes producciones de aceites de oliva que se están alcanzando y las que quedan por conocerse, nos llevan como solución única al aumento del consumo mundial en más de 1 M de Tm., crecer en un 33%. España tendrá que exportar

cifras próximas a 1.500.000 Tm de aceite de oliva cada año.

Este aumento del consumo vendrá por países no productores y mediante ajustes importante de los precios, acercándose al de otros aceites vegetales y con una fuerte acción de comunicación para cambiar hábitos culturales muy arraigados como los gastronómicos y cuyas únicas palancas para atraerlos hacia el aceite de oliva serán el sabor, la salud y aplicación de técnicas agronómicas muy respetuosas con el medio ambiente, es decir mostrar al nuevo consumidor la sostenibilidad de su cultivo. En España la interprofesional del aceite de oliva recauda mediante tasas obligatorias en su extensión de norma 8 millones de €. La asociación de productores de almendra de California invierte 100 millones de \$ en promoción, investigación y gestión de los mercados. Quizás deberíamos conocer cuáles son las claves que mueven esta asociación americana para poder copiar todo cuanto pueda valer para el aceite de oliva español.

Nuestros aceites brillan en “ANDALUCÍA SABOR”



José María Loring y Moisés Caballero, Presidente y Secretario de la D.O.Estepa respectivamente, recibieron en el stand de la entidad a Carmen Crespo, Consejera de Agricultura, y a María Isabel Solís, Delegada de Agricultura de la Provincia de Sevilla

La Denominación de Origen Estepa y sus aceites de oliva vírgenes extra amparados brillaron con luz propia en la tercera edición del Encuentro Internacional “Andalucía Sabor”, que se celebró en el Palacio de Congresos de Sevilla del 23 al 25 de septiembre.

En Andalucía Sabor los visitantes han tenido una oportunidad única, conocer a muchos de los mejores productos agroalimentarios andaluces. Andalucía Sabor es un encuentro profesional y monográfico que cada dos años concentra toda

la oferta alimentaria de Andalucía para afianzar su presencia en el mercado nacional e internacional. Todos los profesionales del sector de la alimentación y la alta gastronomía se reúnen en una cumbre que consagra el liderazgo de la agroindustria de Andalucía más allá de sus fronteras.

El stand de la Denominación de Origen Estepa recibió una vez más a cientos de visitantes interesados en conocer las diferentes variedades amparadas por la entidad, que pudieron participar además en ca-

tas guiadas llevadas a cabo por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa.

Entre las personas que visitaron el stand de la Denominación de Origen Estepa estuvo Carmen Crespo, Consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, que demostró ser una gran conocedora y amante de nuestros aceites de oliva vírgenes extra. Durante su visita al stand de la Denominación de Origen Estepa, Carmen Crespo mostró su total apoyo “a la gran labor que



está realizando la entidad para fomentar el conocimiento del aceite de oliva virgen extra entre los consumidores”.

PRESENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Gracias a la presencia en el evento gastronómico más importante de Andalucía, la Denominación de Origen tuvo la oportunidad de aparecer en varios medios de comunicación, donde pudo explicar porqué es la entidad más exigente del mundo a la hora de certificar un aceite de oliva virgen extra y transmitir los valores que representa su territorio: Calidad y Sostenibilidad.



Moisés Caballero, Secretario de la Denominación de Origen Estepa, en el programa de Cadena Ser presentado por Salomón Hachuel

TRADICIÓN E INNOVACIÓN DEL GAZPACHO

Por otro lado, la Denominación de Origen Estepa y sus aceites fueron protagonistas de la demostración gastronómica “Tradición e Innovación del Gazpacho”, llevada a cabo por el Instituto Europeo de la Alimentación Mediterránea (IEA-MED), Fernando Rueda (Historiador gastronómico) y Juanjo Ruiz (Chef de “La Casa de Manolete Bistro”, en Córdoba). Durante el show-cooking se realizó un recorrido por la elaboración del gazpacho desde sus inicios hasta nuestros días, siendo el aceite de oliva virgen extra un elemento indispensable.



Nuestros aceites de oliva vírgenes extra fueron protagonistas de uno de show-cookings más exitosos de Andalucía Sabor 2019

SALÓN DEL ACEITE

Nuestros vírgenes extra también tuvieron presencia destacada en el “Salón del Aceite” ubicado en Andalucía Sabor, donde 3 de nuestros aceites amparados deleitaron a los asistentes: Estepa Virgen, Oleoestepa Hojiblanca y Egregio.



“Estepa Virgen” y “Egregio” fueron algunos de los aceites amparados por la Denominación de Origen Estepa que brillaron en el “Salón del Aceite”

Escuela del Aceite

Un proyecto formativo, internacional y terapeútico

Esta iniciativa es una de las que ha acompañado a la Denominación de Origen Estepa desde su nacimiento, y durante estos años han participado en ella miles de personas



Los blogueros de #aunahorade visitaron la cooperativa Ntra. Sra. de la Paz y conocieron porqué la Denominación de Origen Estepa es la más exigente del mundo a la hora de certificar un aceite de oliva virgen extra

Una campaña más, la Denominación de Origen Estepa ha puesto en marcha su proyecto "Escuela del Aceite" que, año tras año, adquiere una mayor relevancia alcanzando a un mayor número de personas y llegando a colectivos que contemplan la cata de aceite como una experiencia educativa y terapeútica.

Solo desde finales de octubre, más de 1.000 personas han tenido la oportunidad de disfrutar de las actividades de la "Escuela del Aceite" de la Denominación de Origen

Estepa, un número superior al de campañas anteriores gracias al aumento del interés por la cultura del aceite de oliva virgen extra.

UNA EXPERIENCIA DIFERENTE Y TERAPEÚTICA

Esta campaña hemos recibido un grupo muy especial, la Comunidad de Salud Mental del Hospital Universitario Virgen del Rocío de Sevilla, que contempla la elaboración del aceite de oliva virgen extra y su cata como actividad terapeútica.

Los integrantes de este área del hospital sevillano realizaron un recorrido por la cooperativa San José de Lora de Estepa, donde pudieron ver los pasos que da la aceituna hasta transformarse en aceite, y pudieron degustar un aceite de oliva virgen extra directamente de la bodega durante la cata guiada por la Denominación de Origen Estepa.

Hay que destacar que el área de psiquiatría del hospital sevillano ha sido reconocida como la segunda mejor especialidad de nuestro país



por el Instituto Coordenadas de Gobernanza y Economía Aplicada en el Índice de Excelencia Hospitalaria 2017 publicado en enero 2018.

UNA EXPERIENCIA NOVEDOSA E INTERNACIONAL

Japón, Francia, Inglaterra y Estados Unidos son algunos de los países de origen de los grupos de visitantes que hemos recibido estos últimos meses.

Para ellos, conocer el proceso de elaboración del aceite y participar en una cata de nuestras variedades amparadas es una experiencia absolutamente novedosa, un conocimiento que adquieren y que trasladan después a su cultura gastronómica. Gracias a la "Escuela del Aceite", los aceites producidos en la comarca de Estepa y Puente Genil son cada año más conocidos en muchos países del mundo.

UNA EXPERIENCIA EDUCATIVA Y VIRAL

En lo que llevamos de campaña también hemos recibido la visita de un grupo de blogueros, el proyecto #aunahorade, que pretenden poner en valor los pueblos y productos gastronómicos que se encuentran a una hora de cualquier ciudad andaluza.

Debido al encuentro que mantuvimos con este grupo de influencers, conseguimos que la experiencia sensorial que se puede vivir en nuestro territorio se viralizara a través de las redes sociales.

En definitiva, la "Escuela del Aceite" es un proyecto vital para la Denominación de Origen Estepa que crece cada año y que revaloriza tanto a nuestros aceites como al territorio.



Visitantes procedentes de Japón disfrutaron de una cata guiada de nuestros aceites



Nos visitó la Comunidad de Salud Mental del Hospital Virgen del Rocío de Sevilla



Periodistas americanos conocieron nuestro territorio y disfrutaron de nuestros aceites

Oleoestepa, pionera en el sector oleícola al obtener el Certificado IQNet SR10 en responsabilidad social



Ha obtenido el reconocimiento de alcance internacional por su gestión responsable, sostenible, transparente y comprometida con la sociedad, el medio ambiente, los empleados y clientes.

Oleoestepa SCA se ha convertido en la primera empresa oleícola en obtener la certificación IQNet SR10 de AENOR Sistemas de Gestión de la Responsabilidad Social por su buen gobierno, gestión responsable y sostenible.

Se trata de un certificado que garantiza que Oleoestepa SCA desarrolla su actividad oleícola siguiendo un sistema de gestión de responsabilidad social conforme al estándar internacional IQNet SR10, basando su comportamiento en los siete principios de responsabilidad social internacionalmente reco-

nocidos como son la rendición de cuentas, la transparencia, el Comportamiento ético, y el respeto a los intereses de las partes interesadas, al principio de legalidad, a la normativa internacional de comportamiento y a los derechos humanos.

"Los consumidores están demandando alimentos producidos por empresas comprometidas con los valores que representa esta certificación IQNet SR10 porque asegura que todos los actores que participan en la cadena de valor tienen las mismas preocupaciones e inquietudes en estos temas tan impor-

tantes para el presente y futuro del planeta", afirma Álvaro Olavarría, Director Gerente de Oleoestepa SCA.

La obtención de esta acreditación ha sido posible gracias al desarrollo previo en la entidad de iniciativas como el Sistema de Gestión Integrado, en el que hay que subrayar el trabajo medioambiental a través de técnicas de cultivo de olivar de producción integrada y ecológica, el Código Ético y de conducta, el Plan de Conciliación Familiar, el Plan de Igualdad y el desarrollo de un programa de actuaciones desde su Obra Social y Cultural.

IQNet SR10 es el primer estándar internacional de Sistemas de Gestión de Responsabilidad Social y ha sido desarrollado por IQNet, la mayor red de certificación del mundo cuyo miembro español es AENOR.

El certificado de Responsabilidad Social de AENOR está basado en dicho estándar y acredita que Oleoestepa SCA ha implantado un Sistema de Gestión que apuesta por la responsabilidad social, el buen gobierno y la mejora continua. Entre otras características, IQNet SR10 asegura un abordaje integral y serio de la responsabilidad social y está alineado con los requerimientos de documentos sobre los que existe un amplio consenso mundial, como los Convenios Fundamentales de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

UN PROYECTO DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN ESTEPA

SALUDABLES

TALLERES SOBRE ALIMENTACIÓN Y HÁBITOS SALUDABLES

DEL 22 DE ENERO AL 15 DE ABRIL DE 2020

AGUADULCE

Fecha: 22 de Enero

Hora: 19:00

Lugar: Casa de la Cultura

EL RUBIO

Fecha: 29 de Enero

Hora: 19:00

Lugar: Casa de la Cultura

HERRERA

Fecha: 5 de Febrero

Hora: 19:00

Lugar: Casa de la Cultura

CASARICHE

Fecha: 12 de Febrero

Hora: 19:00

Lugar: Teatro municipal

BADOLATOSA

Fecha: 19 de Febrero

Hora: 19:00

Lugar: Casa de la Cultura

LORA DE ESTEPA

Fecha: 26 de Febrero

Hora: 19:00

Lugar: San José de Lora de Estepa S.C.A.

PEDRERA

Fecha: 4 de Marzo

Hora: 19:00

Lugar: Olivarera de Pedrera S.C.A.

LA RODA DE ANDALUCÍA

Fecha: 11 de Marzo

Hora: 19:00

Lugar: Parque del Olivar

CORCOYA

Fecha: 18 de Marzo

Hora: 19:00

Lugar: Ntra.Sra. de la Fuensanta S.C.A.

MARINALEDA

Fecha: 25 de Marzo

Hora: 19:00

Lugar: Casa de la Cultura

GILENA

Fecha: 1 de Abril

Hora: 19:00

Lugar: Casa de la Cultura

PUENTE GENIL

Fecha: 15 de Abril

Hora: 19:00

Lugar: Olivarera Pontanense S.C.A.

INSCRIPCIONES E INFORMACIÓN

WWW.DOEESTEPA.ES/TALLERESSALUDABLES

955 912630 - COMUNICACION@DOEESTEPA.ES



COLABORA





Juan Ruiz Montes (Presidente de San José de Lora de Estepa), Casimiro Mantell y Lourdes Casas (Investigadores de la Universidad de Cádiz), Asunción Olmedo (Alcaldesa de Lora de Estepa), M^a Isabel Solís (Delegada Provincial de Agricultura), Eduardo Pérez, Enrique J. Martínez (Catedrático de la Universidad de Cádiz), Cristina Cejudo (Investigadora de la Universidad de Cádiz) y Santiago Fernández (Gerente de San José de Lora de Estepa)

La cooperativa San José de Lora de Estepa entrega el II Premio de Investigación “Eduardo Pérez”

Se trata de la II edición de uno de los premios de investigación en olivicultura más importantes del mundo, donde los componentes menos conocidos de la hoja del olivo y sus aplicaciones alimentarias y biomedicinales han sido los protagonistas

El pasado mes de noviembre tuvo lugar la entrega del II Premio de Investigación “Eduardo Pérez”, reconocido como uno de los más importantes del mundo para el fomento de la investigación en el sector del olivar y el aceite de oliva. En esta ocasión el proyecto ganador fue “Valorización de las hojas del olivo utilizando procesos sostenibles basados en el uso de la alta presión”, de la facultad de Ingeniería Química de la Universidad de Cádiz.

El premio de investigación “Eduardo Pérez” es organizado por la cooperativa San José de Lora de Estepa en colaboración la Denominación de Origen Estepa y el Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario (ceiA3). El certamen, que nació en el año 2017, es el de mayor dotación económica (8.000 €) de su ámbito a nivel nacional

El trabajo de investigación vencedor ha sido elaborado por el GRUPO TEP128 “Análisis y Diseño

de Procesos con Fluidos Supercríticos” de la facultad de Ingeniería Química de la Universidad de Cádiz, encabezado por su catedrático Enrique J. Martínez de la Ossa y formado por un nutrido grupo de investigadores: José María Abelleira, Pau Casademont, Lourdes Casas Cardoso, Cristina Cejudo, María Belén García, Manuela Iglesias, Casimiro Mantell, Antonio Montes, Clara María Pereyra, Juan Ramón Pórtela, Jezabel Sánchez.



Oleuropeina, hidroxitirosol o tocopherol son sustancias que se encuentran en concentraciones importantes en la hoja de olivo y que han demostrado importantes propiedades antioxidantes y bioactivas.

Oleuropeina, hidroxitirosol o tocopherol son sustancias que se encuentran en concentraciones importantes en la hoja de olivo y que han demostrado importantes propiedades antioxidantes y bioactivas. En el trabajo de investigación seleccionado se discute la posibilidad de utilizar las técnicas de extracción, impregnación y generación de nanopartículas altamente bioactivas procedentes de hoja de olivo utilizando fluidos a alta presión en condiciones supercríticas.

El empleo de esta tecnología redonda en un proceso selectivo generando un producto con un valor añadido más alto, que supondrá un incremento del beneficio del sector del olivar. Se analizan las

propiedades bioactivas de los productos obtenidos y sus aplicaciones en los sectores biomédicos y alimentarios.

La investigación ha sido seleccionado como merecedora del II Premio "Eduardo Pérez" por su originalidad, conveniencia, resolución de problemas, así como su aporte y rigor científico, sus valores de sostenibilidad y contribución al intercambio de información en el ámbito cooperativo.

El jurado, compuesto por Rafael Jordano Salinas (Catedrático de Nutrición y Bromatología de la Universidad de Córdoba e investigador de CEIA3), Lola de Toro Jordano (Gerente del CEIA3), Fran-



cisco de Paula Rodríguez García (Jefe de Servicio de Investigación e Innovación de IFAPA), Juan Ruiz Montes (Presidente cooperativa San José Lora de Estepa) y Santiago Fernández López (Gerente de la Cooperativa San José Lora de Estepa), valoró otros ocho trabajos de investigación.

El principal objetivo del premio de investigación "Eduardo Pérez" es fomentar la innovación dentro del mundo de la olivicultura, buscando iniciativas que supongan una mejora de los procesos, una mayor protección del medio ambiente, una mayor optimización de los recursos o el descubrimiento de nuevas cualidades AOVE.

La Cooperativa Ntra.Sra. de la Paz renueva su directiva



La cooperativa Nuestra Señora de la Paz S.C.A., amparada por la Denominación de Origen Estepa y ubicada en Estepa, ha renovado recientemente su directiva durante la Asamblea celebrada en el mes de diciembre.

La cooperativa ha mostrado su satisfacción por el hecho de que la mujer se incorpore, cada vez más, a puestos de responsabilidad en las cooperativas agroalimentarias, ya que supone una nueva visión para estas entidades.

Carmen Crespo

Consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible

El olivar es una producción fundamental y estratégica de nuestra Comunidad Autónoma

¿Qué balance hace de sus primeros meses al frente de una de las Consejerías más importantes para Andalucía?

Positivo, no podría ser de otra manera. Desde mi llegada a esta Consejería en la que se suma el peso de los sectores agroalimentario, pesquero y del mundo rural, con la importancia de las políticas medioambientales, no he dejado de trabajar con ahínco para dar respuesta a las necesidades de los andaluces, ya que son muchos los retos que tenemos por delante, pero creo que también es importante el camino que ya hemos andado en tan sólo unos meses. En menos de un año hemos desbloqueado subvenciones, agilizado y simplificado trámites para que tanto los ciu-

danos como el entorno natural se beneficien al máximo de las actuaciones que pone en marcha este nuevo Gobierno de Andalucía, que está especialmente comprometido con el medio ambiente y con la competitividad del sector agroalimentario, pesquero, agroindustrial y del mundo rural. Queremos hacer todo lo que está en nuestra mano por potenciar nuestra Comunidad Autónoma y que sus ciudadanos puedan hacer frente a los retos que tienen por delante sabiendo que cuentan con todo nuestro apoyo.

Un balance positivo tras un año al frente de la Consejería.

Se han desbloqueado subvenciones y simplificado trámites para que tanto los ciudadanos y el entorno natural se beneficien de las actuaciones puestas en marcha por un Gobierno comprometido con el medio ambiente, afirma Carmen Crespo

Y lejos de haber perdido fuerzas en este tiempo, cada día me encuentro con más energía para luchar por los intereses de los andaluces. Estoy convencida de la importancia de esforzarnos al máximo en esta la-





“ Debemos trabajar unidos, sector público y privado, para que los consumidores entiendan el proceso que hay detrás de ese oro líquido. ”

bor de servicio a la ciudadanía, que es el fin último de quienes trabajamos en la Administración y el motor de mi trabajo diario.

Con el precio del aceite a la baja ¿Qué medidas cree que deberían tomarse para que no se banalice un producto tan importante como el aceite de oliva virgen extra?

La promoción es vital en este ámbito. Los productores de aceite de oliva virgen extra deben conseguir que los consumidores valoren las características que definen a un alimento que destaca tanto por su inmejorable sabor como por las cualidades saludables de su consumo.

Afortunadamente, los beneficios que aporta este alimento frente a otras grasas son cada vez más conocidos pero, sin embargo, aún existe una gran población mundial donde no está tan extendido su uso en la cocina como en el Mediterráneo. Hablo, por ejemplo, de los países asiáticos, donde queda aún un nicho de mercado al que debemos explicar las bondades de nuestro aceite de oliva virgen extra para que apuesten por él en sus hábitos alimenticios.

Debemos trabajar unidos, sector público y privado, para que los consumidores entiendan el proceso que hay detrás de ese oro líquido. Un esfuerzo que debe tener su recompensa económica, una compensación justa para los agricultores que apuestan por llevar a los mercados un alimento de la máxima calidad.

La unión hace la fuerza y, partiendo del propio sector organizado en torno a una interprofesional fuerte, los productores de aceite de Andalucía nos tendrán al lado para luchar por garantizar un precio adecuado en los mercados.

Seguiremos trabajando con la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español para lograr una extensión de norma dirigida a avanzar en una autorregulación que aporte mayor estabilidad al sector en este sentido; y continuaremos insistiendo en la necesidad de modificar la Ley de Cadena Alimentaria para dar una vuelta a la cuestión de la competencia que permite regular nuestros productos en momentos de crisis de precios.



Respecto a los aranceles impuestos por Estados Unidos al aceite español ¿Tiene su Consejería algún plan de acción para paliar sus efectos negativos? ¿Cree que se ha hecho lo suficiente para combatirlos? ¿Qué medidas cree que deberían tomarse por parte de España y Europa?

A pesar de que se trata de un asunto que supera las competencias de la Junta de Andalucía, desde el Gobierno andaluz no nos hemos quedado de brazos cruzados, todo lo contrario, y desde que se comenzaron a publicar informaciones al respecto, hemos reclamado al Estado que luche en Bruselas para evitarlo a través de una negociación proactiva.

Actualmente, con los aranceles aplicándose ya a los alimentos europeos, es momento de continuar negociando para intentar que se retiren al tiempo que se activan medidas para ayudar a los afectados a solventar esta situación: campañas de promoción para buscar nuevos mercados o ayudas que compensen el golpe económico. Eso sí, ayudas que no supongan una merma de los fondos de la Política Agrícola Común (PAC), por supuesto, ya que se trata de un conflicto externo al sector y no deben dedicarse recursos propios para solventar las incidencias.

Por nuestra parte, estamos trabajando en la puesta a disposición del sector de un instrumento financiero con 300 millones de presupuesto para respaldar a los andaluces afectados por circunstancias que complican la rentabilidad de sus empresas o explotaciones, como estos injustos aranceles de la Administración de Donald Trump.

Estamos en plena negociación de la nueva PAC. ¿Cuáles son los ejes fundamentales que la Consejería va a considerar en defensa del sector olivarero?

El olivar es una producción fundamental y estratégica de nuestra Comunidad Autónoma, que desde la Junta de Andalucía, vamos a defender para la futura Política Agrícola Común (PAC), principalmente, cuatro aspectos: la revisión de los mecanismos de regulación de mercados, el apoyo al sistema de autorregulación, la garantía de las ayudas directas a este sector y la percepción de ayudas al desarrollo rural por parte de los olivares con dificultades.

Con respecto al primero de los asuntos, desde la Consejería vamos a solicitar al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación que demande en Bruselas la actualización de los mecanismos de regulación de mercados ya existentes con el fin de que se ajusten a la realidad en que vivimos.

Por otro lado, estamos trabajando con el Gobierno central y la Unión Europea para que el propio sector pueda autorregularse sin producir distorsiones de mercado. En tercer lugar, nos seguiremos esforzando para asegurar el nivel de apoyos directos del Primer Pilar en el marco del actual sistema de regiones productivas y respetando los derechos individuales de nuestros agricultores.

Por último, en cuanto al Segundo Pilar, debemos velar por que los olivares andaluces de difícil mecanización o difícil viabilidad puedan beneficiarse de las medidas de desarrollo rural que se incluyen en este apartado de la política europea.

El olivarero que se encuentra amparado por una Denominación de Origen tiene la obligatoriedad de cumplir con unos criterios exigentes que, normalmente, favorecen tanto la calidad del producto final como el cuidado del entorno. ¿Cree que la Unión Europea, en esta nueva PAC, debería premiar de alguna manera al agricultor que se encuentra dentro de una Denominación de Origen Protegida?

Como bien apunta, los productores que forman parte de Denominaciones de Origen Protegida cumplen con requisitos más estrictos que los estándares de calidad aplicables a todos los productos agroalimentarios en cuanto a parámetros como, por ejemplo, el respeto al medio ambiente.

Y esta apuesta de los agricultores y empresarios agroalimentarios entraña directamente con las nuevas premisas que va marcando Bruselas encaminadas a garantizar la sostenibilidad de la actividad agraria y al mantenimiento de los recursos naturales del planeta. En concreto, los pliegos de producción de las menciones de calidad fijan condiciones que contribuyen a cumplir con los condicionantes ambientales del Primer Pilar de la futura PAC, donde se prevé una gran relevancia de la arquitectura verde.



Por tanto, podríamos decir que esta política europea contempla ya criterios que se relacionan directamente con estos productores de alimentos con calidad diferenciada que, por supuesto, cuentan y contarán también en el apoyo del Gobierno andaluz.

Las Denominaciones de Origen están jugando un papel fundamental en cuanto a la calidad de los aceites de oliva vírgenes extra españoles, pero siguen siendo unas grandes desconocidas para el consumidor. ¿Se plantea la Consejería realizar una campaña promocional a favor del sello “Denominación de Origen” para que el consumidor aprenda a valorarlas?

En la entrega de los Evooleum Awards pudimos precisamente ver que los aceites de oliva virgen extra de las Denominaciones de Origen Protegidas de Andalucía se encuentran en los más altos puestos del mundo atendiendo a la calidad de los productos. 56 de los 100 aceites seleccionados procedían de Andalucía y una decena de ellos estaban amparados por una de estas menciones.

En cuanto a la difusión de esta excelencia de los productos de las DOP andaluzas, creo que deben ser los propios consejos reguladores los que apuesten por la organización de acciones en este sentido que, para ganar en repercusión, podrían aprovechar sinergias entre ellos. Tanto acciones promocionales de varias menciones que amparan aceite de oliva, como actuaciones que reúnan diversos productos

de calidad diferenciada: hortalizas, vinos, productos cárnicos... El aceite de oliva es un elemento clave en la gastronomía andaluza y tiene gran versatilidad para combinarlo con productos que atraigan la atención de los consumidores, y eso debemos aprovecharlo en todos los foros.

Desde la Consejería, por supuesto, respaldaremos estas iniciativas en la medida de nuestras posibilidades, y, como ya estamos haciendo, daremos el sitio que merecen a estas entidades cuando decidan acompañarnos para participar en ferias profesionales del sector agroalimentario, por ejemplo.

¿Qué importancia cree que tienen las Denominaciones de Origen en el desarrollo de la comercialización de productos agroalimentarios? ¿Cuál cree que es su aportación al desarrollo rural?

Las Denominaciones de Origen, al facilitar el reconocimiento de la calidad diferencia en los mercados, tienen un importante papel de cara a los consumidores, ya que les ayudan a decantarse por un producto cuya calidad está avalada frente a otros donde esa excelencia no está garantizada.

Además, al estar en su mayoría asentadas en zonas rurales, su mantenimiento está directamente relacionado con la fijación de la población a estas áreas y, por tanto, al mantenimiento de numerosos pueblos de Andalucía donde el sector agroalimentario ligado a la calidad diferenciada es uno de los principales pilares de generación de riqueza y empleo.



“ Las Denominaciones de Origen, al facilitar el reconocimiento de la calidad diferencia en los mercados, tienen un importante papel de cara a los consumidores ya que les ayudan a decantarse por un producto cuya calidad está avalada frente a otros donde esa excelencia no está garantizada. ”

Podríamos decir, por tanto, que son un eslabón de gran importancia para la conservación de nuestro rico patrimonio rural que, además, contribuyen también a la conservación de nuestra gastronomía al amparar numerosos productos agroalimentarios que se encuentran en la base de la Dieta Mediterránea y de las recetas tradicionales de nuestra tierra.

¿Cuáles cree son las principales apuestas que debería hacer el olivar andaluz?

La principal apuesta debe ser liderar el sector a nivel mundial. Actualmente Andalucía es ya el primer territorio en cuanto a producción olivarera, pero debemos seguir avanzando para ocupar también la primera posición en todos los demás ámbitos: calidad, comercialización, promoción... En definitiva, ser líderes mundiales con mayúsculas, como corresponde a un sector puntero como el andaluz.

En cuanto a actuaciones concretas, debemos continuar apostando por la calidad como seña de identidad y por la unidad de los agricultores y empresarios para afrontar los retos que tienen de presente y futuro, para cuya superación es imprescindible también avanzar en diversificación, modernización y tecnificación.

Con respecto a los precios, la autorregulación del sector se presenta como vía fundamental para intentar garantizar que llega un precio justo a los productores, ya que contar con una interprofesional

fuerte daría mayores posibilidades de defensa de sus intereses. Es preciso que logremos poner en marcha mecanismos que acaben con los vaivenes de las cotizaciones de un alimento tan importante para la economía andaluza como el aceite,

Por otro lado, y con el fin de seguir sumando oportunidades de negocio para el sector del aceite de oliva, es preciso adoptar medidas de promoción de cara al consumo nacional e internacional, con especial atención a los países emergentes como los mercados asiáticos.

Debemos difundir a todo el mundo las cualidades saludables del consumo del aceite de oliva virgen extra, por ejemplo, ya que aún quedan destinos a los que no han llegado los productos de Andalucía y donde existen oportunidades de negocio poniendo en valor el carácter saludable de esta grasa vegetal frente al consumo de otras cuyo empleo en la gastronomía no tiene los mismos beneficios para el organismo.

En este camino vamos a poner nuestros esfuerzos a través de actuaciones que cuentan con la intermediación de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior-Extenda, dependiente de la Consejería de Presidencia, Administración Pública e Interior, para esta importante labor de consolidar los mercados que ya han ganado nuestro aceite de oliva alrededor de todo el mundo y continuar escalando posiciones en otros nuevos que quedan por conquistar.

El abuelo de Oleoestepa y su nieta, protagonistas del cambio de imagen

Para el lanzamiento de la nueva imagen se ha creado www.oleoestepanatural.com y se ha realizado una campaña omnicanal que contempla acciones en televisión nacional, revistas especializadas, publicidad exterior y en redes sociales.

Son más de 20 años los que un abuelo y su nieta llevan transmitiendo los valores de la cooperativa Oleoestepa en las etiquetas de sus aceites de oliva virgen extra. A través de esta imagen 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 y, en definitiva, a la pasión y el cuidado por las cosas importantes de la vida.

La nueva etiqueta 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 producen de forma sostenible los aceites de oliva virgen extra de Oleoestepa.

Esta nueva imagen está presente en toda la familia de vírgenes extras, 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 de producción ecológica. Con motivo del relanzamiento de esta gama de vírgenes extras Oleoestepa se pone en marcha una ambiciosa campaña de comunicación en los próximos meses con presencia en los principales canales de televisión nacionales y comarcas, exterior, revistas especializadas y en internet.

En ésta se da vida a la ilustración de la etiqueta. El abuelo da lecciones





de vida a su nieta. Ella ha crecido y cuenta a través de la música todo lo que significa Oleoestepa.

Y por supuesto, mostramos el origen de lo que hacemos. Los olivos, la tierra, la denominación de origen, la calidad... Un entorno natural privilegiado que cuidamos.

En Oleoestepa sólo envasamos Aceite de Oliva Virgen Extra. Para nosotros la tierra es lo más natural, comer sano es lo más natural y hacer las cosas bien es lo más natural.

Por eso hemos decidido crear una canción que represente nuestra forma de hacer las cosas, al natural y sostenible, y por supuesto, nuestro virgen extra. La canción, compuesta e interpretada por María Peláe, es un homenaje a la vida, a la calidad de los pequeños momentos, y a las relaciones intergeneracionales con la que tanto se aprende y se siente, representado en Oleoestepa con la figurar de un abuelo y su nieta.



Campaña omnicanal

Para el lanzamiento de la nueva imagen se ha creado la web www.oleoestepanatural.com y se ha realizado una campaña omnicanal que contempla acciones en televisión nacional, revistas especializadas, publicidad exterior y en redes sociales.

El formato televisivo sigue siendo clave para lograr una notoriedad masiva. De ahí la difusión del spot en horario de noche y tarde en las principales cadenas nacionales privadas (Tele5, Antena 3, La Sexta, Neox, Nova, Mega y A3Series) y en

importantes programas de cocina referentes de televisiones regionales como TV Galicia y Canal Sur TV.

La campaña también ha tenido presencia en revistas como Saber Cocinar o Lecturas Cocina, o en soportes exteriores, se ha emitido una versión adaptada en los mupis situados en los accesos a los principales supermercados.

Además, "Lo más natural" ha tenido una importante difusión en redes sociales como Youtube y a través de la red display de Google.



Programa "Larpeiros" de TV Galicia



Programa "Cómetelo" de Canal Sur



Paloma Gil

Especialista en Endocrinología y Nutrición

Los beneficios que te aporta un estilo de vida saludable son innumerables y nunca es tarde para empezar a cuidarse. Este es uno de los motivos por los que participé como endocrinóloga en el programa de Canal Sur “La Báscula”, donde tuve la oportunidad de demostrar que la salud está en nuestras manos y que aprender a comer bien no sólo nos ayuda a bajar de peso, también nos ayuda a sentirnos mejor en todos los sentidos.

¿Qué es comer de forma saludable y equilibrada?

La dieta sana y equilibrada es aquella que te aporta todo lo que necesitas en cuanto a energía y en cuanto a nutrientes. Es decir una alimentación variada y ajustando las cantidades según las necesidades de cada uno.

¿Cuáles son los errores más frecuentes que cometan las personas a la hora de alimentarse?

Los errores más frecuentes que se cometen actualmente son sobre todo el exceso de comida pero sobre todo el exceso de consumo de productos ultraprocesados. Debieríamos volver a cocinar más.

¿Crees que cada vez se come peor o que está creciendo la preocupación por una alimentación saludable?

Por un lado crece la preocupación por la alimentación saludable pero por otro lado nos invaden infinidad de productos innecesarios y poco saludables. La gente sabe en general lo que debe y no debe comer pero no es capaz de resistir la tentación. Por ello debemos intentar que lo que no es saludable no nos llame la atención. Y eso se consigue educando el paladar.

¿Qué le dirías a aquellas personas que argumentan la falta de tiempo para llevar una mala alimentación?

Les diría que se tarda lo mismo en comer bien que en comer mal. Nadie puede decir que se tarde mucho en hacer una ensalada, un bocadillo saludable, cocinar un huevo, rehogar unas verduras... Ade-

El aceite de oliva virgen extra es la base para cualquier alimentación saludable. Cocinar o degustar aceite de oliva virgen extra es además de un placer, algo extremadamente bueno para la salud.



más siempre podemos tener preparados purés de verduras, salsa de tomate, legumbres cocidas... Para comer bien solo hace falta tener alternativas saludables siempre disponibles. Si os faltan ideas podéis buscar inspiración en mi blog en el que hay cientos de recetas saludables y apetecibles. <https://palomagil.com>

¿Qué es para ti el aceite de oliva virgen extra?

Es la base para cualquier alimentación saludable. Cocinar o degustar aceite de oliva virgen extra es además de un placer, algo extremadamente bueno para la salud. El aceite de oliva virgen extra se ha usado desde la antigüedad y a medida que se va conociendo mejor vamos aprendiendo nuevas virtudes. No entiendo como todavía hay gente que no lo usa. Y más aquí que es dónde se produce. Por eso es tan importante que los profesionales ayudemos a divulgar las virtudes de nuestro AOVE.

¿Qué papel debe tener el AOVE en una alimentación saludable y equilibrada?

El aceite de oliva virgen extra enriquece cualquier plato aportándole no solo sabor sino también vitaminas, fenoles, estercoles, carotenos... Todo sustancias con propiedades antiinflamatorias y antioxidantes o lo que es lo mismo, reparadoras. Además la composición de la grasa del aceite es buena para el cerebro y para el corazón. El AOVE tiene más efectos saludables que muchos de los fármacos que compramos.

Actualmente existen multitud de Apps para saber la calidad nutricional de un producto. ¿Usas alguna? ¿Alguna recomendación?

Yo no uso ninguna de las app ya que la información que ofrecen ya la conozco pero entiendo que pueda ayudar a muchas personas a hacer mejores elecciones a la hora de comprar. De todas maneras, soy bastante crítica con la compra de tanto producto envasado. Ninguna app es necesaria para saber que una manzana o una berenjena son sanas. Y lo mismo pasa con otros productos frescos como el pescado, la carne, las legumbres, los huevos...

¿Cuál es tu opinión sobre Nutriscore? ¿Y sobre la valoración que le da al aceite de oliva virgen extra?

Está muy bien que se intente catalogar los alimentos pero hay que tener cuidado con la generalización. Los conocimientos que tenemos sobre nutrición han avanzado mucho y está claro que todo el mundo sabe o debería saber que el AOVE es sano y recomendable. El problema del nutriscore es que demoniza las grasas en general por el simple hecho de ser calóricas cuando actualmente se sabe que no todas las calorías son iguales. Y menos las del AOVE. Sin embargo, una bebida light sale bien valorada por no tener calorías sin tener en cuenta que lleva edulcorantes que no son recomendables para la flora intestinal. Debemos empezar a cambiar ese concepto que asocia lo muy calórico con algo poco saludable porque como en el AOVE no solo es saludable sino que es muy nutritivo.



Investigación, un pilar clave para la Denominación de Origen Estepa

La Denominación de Origen se encuentra inmersa en importantes proyectos de investigación como son Aristoil y Sustainolive, donde se colabora con importantes universidades y centros de investigación europeos.

Según La Real Academia de la Lengua Española se define investigar como la realización de actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático con el propósito de aumentar los conocimientos sobre una determinada materia.

Lo anterior implica que debe existir una indagación sistemática y bien organizada, que en unión con la práctica experimental, y con el mundo real y empresarial permita la generación de nueva información y posterior conocimiento.

La investigación no forma parte de la esencia funcional de las Denominaciones de Origen, pero debería serlo. Para el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa es hoy un elemento de funda-

mental importancia en el proceso productivo. La generación de nuevo conocimiento es a su vez hilo conector entre los agricultores, los investigadores, la sociedad y el Consejo Regulador de la DOP. Estepa.

La investigación debe ser considerada como un pilar más, al mismo nivel que la certificación y la promoción. No se trata de una labor más sino de una realidad que sustentivamente debe abordar y liderar, es una estrategia de diferenciación clave y fundamental.

Desde el Consejo Regulador se está trabajando en dos líneas de investigación principalmente: Por una lado la relacionada con el campo de la salud y por otro, el de la Sostenibilidad Medio Ambiental.

La primera línea de investigación es muy costosa y extensa en el tiempo, debido a que los estudios necesitan de amplios períodos de comprobación, estudio y validación. Para una Denominación de Origen son palabras mayores y objetivos casi inalcanzables, sobre todo por la necesidad de amplias inversiones económicas. Desde la DOP. Estepa llevamos tres años participando con la Universidad de Córdoba y con la Sociedad Europea de Oleocanthal en investigar y conocer las realidades saludables de nuestros aceites de oliva vírgenes extra.

De todos es sabido las grandes bondades de los aceites de oliva vírgenes extra, pero el objetivo es conocer en profundidad los de nuestra DOP, saber que son diferentes desde el punto de vista de una mayor riqueza en componentes fenólicos saludables para el consumo humano. Creemos que es una buena herramienta de consolidación del proyecto DOP. Estepa, ya que avalamos nuestra diferenciación y nuestra calidad, elementos claves y fundamentales de lo que debe ser una denominación de origen. Además, dichos argumentos sirven para facilitar la comercialización de nuestras entidades y agricultores inscritos. De ahí nuestra participación en el proyecto Aristoil y la apuesta de la DOP. Estepa de seguir colaborando con dichos investigadores, aunque el proyecto haya concluido en una primera etapa.

Otra de las grandes apuestas de la DOP. Estepa es la sostenibilidad ambiental, a través del proyecto Sustainolive, donde trabajamos con diferentes centros de investigación, Universidad de Córdoba, Universidad de Jaén, Instituto de Agricultura Sostenible del Córdoba CSIC, Centro Avanzado de Olivar y



Desde el Consejo Regulador se está trabajando en dos líneas de investigación principalmente: Por una lado la relacionada con el campo de la salud y por otro, el de la Sostenibilidad Medio Ambiental

un gran grupo de universidades y centros Europeos de investigación.

La DOP. Estepa, desde la limitación de recursos con los que trabajamos, colaboramos con dichos centros para reforzar el patrimonio de nuestros agricultores, que son sus propias explotaciones, combatiendo la erosión, poniendo en marcha prácticas agrarias respetuosas o estudiando la huella de carbono de nuestros olivares.

Muchas de estas prácticas son pioneras, como la medición de la huella de carbono en el olivar o un SIG propio que prediga futuras pérdidas de erosión. Se trata de investigaciones que reforzarán el día a día del agricultor y que ofrecen argumentos sólidos que consolidan el por qué de la necesidad de una PAC fuerte, porque no debemos olvidar que los agricultores son los primeros y más comprometidos con el medio ambiente, al menos en la Denominación de Origen Estepa así lo tenemos asumido.

A estos proyectos se les unen estudios sobre la reutilización de subproductos del olivar, donde participamos con numerosos centros de investigación de toda la cuenca mediterránea que facilitan información para desarrollar un completo modelo de un concepto hoy tan de moda, la "Economía Circular"

A estos proyectos hay que unir la labor que se hace desde la Cátedra de Olivicultura "José Humanes" como proyecto difusor de nuevos y valiosos conocimientos en la olivicultura y también destacar de manera notable a la Olivarera San José de Lora de Estepa con la creación de los Premios Eduardo Pérez de investigación.

En definitiva comenzamos a crear una base de proyectos de investigación que obligatoriamente debe crecer y consolidarse como elemento clave y diferenciador de nuestra Denominación de Origen Estepa.



Ensalada de puerros



INGREDIENTES:

- 4 puerros de calibre mediano
- 4 lonchas de jamón serrano o de bellota
- Aceite de oliva virgen extra
- Pimienta negra recién molida (opcional)
- Sal

PREPARACIÓN: Lavamos bien los puerros. Eliminamos las barbas, el cabo de hojas y las dos primeras capas. En una cazuela con abundante agua ponemos a cocer los puerros cortados por la mitad con un puñado de sal gruesa.

Cuando estén en su punto, esto es que se puedan atravesar con la punta de un cuchillo fino, los apartamos y escurrimos. Podemos hacerlo sobre papel absorbente. Después colocar en un cuenco amplio. Cortamos las lonchas de jamón en porciones bastas con los dedos. Incorporamos al cuenco y removemos todo para distribuir bien. Rociamos con nuestro aceite de oliva virgen, retocamos de sal y espolvoreamos un poco de pimienta negra recién molida. Se puede comer templada.

Bacalao al pil-pil



INGREDIENTES:

- Dos trozos de bacalao desalado
- Dos dientes de ajo
- Dos guindillas
- Aceite de oliva virgen extra

PREPARACIÓN: En una cazuela de barro llenar el fondo con 1cm de aceite de oliva virgen extra y poner a calentar a fuego bajo. Incorporar los dos dientes de ajo fileteados y las dos guindillas. Cocinar. Cuando el ajo comience a tomar color reservar junto a las dos guindillas.

En el mismo aceite disponer los lomos de bacalao con la piel hacia arriba y cocinar moviendo la cazuela de vez en cuando. Cuando comience a soltar la gelatina generosamente voltear los lomos y cocinar tres minutos más. Pasado este tiempo sacar los lomos y con la ayuda de un colador ligar el aceite con el colágeno, cerca del calor, como si fueran unas varillas hasta conseguir la textura espesa propia del pil-pil. Napar con este pil-pil los lomos de bacalao reservados y decorar con los dientes de ajo y las guindillas.



LAS SOLUCIONES FINANCIERAS QUE ESTABAS ESPERANDO.

Productos pensados especialmente para ti, que harán mejorar el rendimiento de tu explotación.



LÍNEA DE PRODUCTOS PARA COOPERATIVAS Y SOCIOS.

Financiación de campaña, comercio exterior, agroseguro...



PLAN PARA EL SECTOR AGRARIO



**CRSUR
AGRO**



ANTICIPOS PAC Y OTRAS SUBVENCIONES

FINANCIACIÓN

Préstamo Inversión Agraria
Préstamos Campaña
Préstamos maquinaria Agropecuaria
Préstamo Aval SGR/SAECA
Préstamo jóvenes agricultores
Financiación especializada

EXPORTACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

INVERSIÓN Y AHORRO

Libreta Especial Agricultor y Ganadero
Ahorro a largo plazo

SEGUROS

Seguros Actividad Agropecuaria
Seguros Agricultores y Ganaderos

COBROS Y PAGOS

MEDIOS DE PAGO





Lo más natural



Oleoestepa es un homenaje a la vida
y a la calidad de los pequeños momentos.
Para disfrutar el sabor de la vida.

Oleoestepa. Lo más natural.

Aceite de Oliva Virgen Extra.



oleoestepa.com

