



# FRUTADO INTENSO



Nº 46 / AÑO 2020

REVISTA TRIMESTRAL DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN ESTEPA



## ENTREVISTA

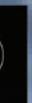
**Francisco Montaño**

Presidente de Puricon S.C.A.

Entrevistamos a

# JESÚS JUÁREZ

Nuevo Presidente de Oleoestepa S.C.A.



Gobierno de España  
MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN



QUEREMOS CONOCER TU OPINIÓN

# TU REVISTA

NOS GUSTARÍA CONOCER TU OPINIÓN SOBRE LOS TEMAS QUE MÁS TE INTERESAN, LOS QUE TE GUSTARÍA QUE TRATÁRAMOS EN LA REVISTA O CUALQUIER OTRA SUGERENCIA QUE DESEES REALIZARNOS PARA MEJORAR LA PUBLICACIÓN

## Puedes escribirnos a...

- [comunicacion@doestepa.es](mailto:comunicacion@doestepa.es)
- 666 58 40 46
- C.R.D.O.Estepa  
Avenida del Mantecado,7  
41560 Estepa (Sevilla)

## No esperes para conocer nuestras novedades

- Siquieres estar al día de todas nuestras actividades y conócerlas antes de la publicación de la revista "Frutado Intenso", puedes contactar con nosotros a través de los mismos canales mencionados anteriormente y te daremos de alta para que recibas quincenalmente todas las novedades. Además, puedes visitar nuestra web para estar al día:

[www.doestepa.es](http://www.doestepa.es)

## EDITORIAL

# "A nadie le faltan fuerzas, lo que a muchísimos les falta es voluntad"

Víctor Hugo

Nuevo número de Frutado Intenso, a las puertas de una nueva campaña y con un escenario complejo de pandemia o post pandemia.

Salvando el muy importante escenario sanitario, el otro marco que debemos tener en cuenta es el contexto económico, las cifras macro económicas revelan una situación difícil de los hogares españoles y evidentemente ello influirá en el consumo y en nuestro producto, en concreto, el aceite de oliva virgen extra.

¿Qué hacer ante este turbio panorama? Seguir trabajando en minimizar los costes de toda nuestra cadena productiva, desde las explotaciones a las entidades asociadas, pasando por almazaras, envasadoras etc.

No bajar la guardia de la Calidad, todo lo contrario, seguir trabajando para consolidar lo que afortunadamente en nuestra comarca, en el territorio de la "DOP. Estepa", es un modelo, mejorable como todo, pero trabajando por una agricultura - olivicultura responsable social y económicamente con el medio y con las personas.

Apostar por las Nuevas Tecnologías ante el panorama de las nuevas plantaciones superintensivas, que han llegado para quedarse, alterando de manera clara y precipitadamente los crecimientos de estos últimos lustros de producción frente al consumo. Ante estos hechos buscar nuevas alternativas de competitividad aprovechando el I+D+i es una necesidad, cuando no una obligación.

Y finalmente aumentar las inversiones en Promoción, clave y reiterado este discurso en los 45 números anteriores. Releía hace unos días diferentes especiales de revistas especializadas del sector oleícola, en los que diferentes responsables y autoridades del sector administración, empresas cooperativas, grandes grupos envasadores, etc., opinaban sobre nuevos enfoques por los que debería ir el futuro del sector y todos ellos llegaban a una misma conclusión, la Necesidad de Invertir Dinero en Promoción de nuestro producto, porque de lo contrario el incremento de su consumo solo vendría de la vía de reducción de precio del producto con lo cual el ingreso para los productos sería aún menor.

Si todo el mundo está de acuerdo con esta acción ¿Por qué es tan difícil llegar a ponerla en práctica? ¿Va con la idiosincrasia del ser humano? ¿Especialmente con los españoles? No lo sé.

Desde la DOP. Estepa trabajamos en minimizar nuestros costes, fomentamos actividades en I+D+i, velamos por la calidad y trabajamos especialmente en la Promoción y en el desarrollo de la Cultura de Aceite de Oliva Virgen Extra, especialmente el de nuestro territorio, evidentemente con la humildad de nuestros presupuestos, siendo conscientes que somos un granito, no obstante este problema se resuelve desde una montaña unida.

Espero que no tarde mucho y las opciones de hoy no sean necesidad mañana.

EDITA: C.R.D.O.Estepa / CONSEJO EDITORIAL: José M.Loring y Moisés Caballero  
IMPRENTA: Cosano Artes Gráficas DEPÓSITO LEGAL: SE-4622-05 ISSN: I886-8266  
AGRADECIMIENTOS: Álvaro Olavarria, Jesús Pedro Juárez, Francisco Montaño

## SUMARIO



### 4 / MERCADO



Álvaro Olavarria, Director Gerente de Oleoestepa, realiza un análisis de la situación que vive actualmente el sector del aceite de oliva.

### 9 / LA TORMENTA PERFECTA

Numerosos problemas apremian al sector a buscar soluciones que lo saquen de una grave crisis cuyo epicentro son los excedentes de aceites en España.

### 12 / MOMENTO ÓPTIMO PARA LA RECOLECCIÓN

Estudio sobre el momento más indicado para proceder a la recolección de la aceituna y la estrategia para determinarlo.

### 18 / ENTREVISTA

Jesús Juárez, nuevo Presidente de Oleoestepa S.C.A., responde a nuestras preguntas y nos ofrece su visión sobre el presente y futuro de la entidad y el sector.

### 22 / ENTREVISTA

Francisco Montaño, nuevo Presidente de Puricon S.C.A., nos cuenta cuáles son los principales retos a los que se enfrenta la entidad de cara al futuro.

### 26 / NOTICIAS

Te contamos la actualidad y últimas novedades de la Denominación de Origen Estepa y sus entidades asociadas.

### 30 / RECETAS

Descubre dos deliciosas recetas elaboradas con aceite de oliva virgen extra amparado por la Denominación de Origen Estepa.



**Álvaro Olavarria**  
Director - Gerente de Oleoestepa S.C.A.

## A las puertas de una importante campaña oleícola con la incertidumbre del COVID-19

Análisis de la complicada situación actual del sector del aceite de oliva, agravada por la situación sanitaria y los aranceles impuestos por Estados Unidos

El próximo 30 de septiembre finaliza oficialmente la campaña oleícola 2019/2020. España, principal país productor y comercializador de aceite de oliva, dispondrá de un stock de enlace en torno a las 500.000 Tm. repartidas por igual entre las industrias envasadoras y el conjunto de almazaras. Este remanente siendo extraordinario será un 34% menor al del mismo mes del año pasado. En estos excedentes abunda la calidad aceite de oliva virgen, escaseando lampantes y sobre todo aceites de oliva vírgenes extra. Desde el pasado mes de mayo, momento en que se alcanzó en origen el precio mínimo del aceite lampante, con algunas oscilaciones se han ido recuperando ligeramente los precios hasta cotizar en los últimos días entre 1.750 €/Tm a 1.800 €/Tm. la base 1º, dejando una pérdida de valor de la categoría lampante en los doce últimos meses de 260 €/Tm.

Los escasísimos aceites de oliva vírgenes extras disponibles se venden a partir de los 2.300 €/Tm y se han pagado hasta 2.800 €/Tm si aún mantienen en el análisis sensorial altas intensidades de frutados. Desde hace semanas se van cerrando operaciones de futuros para los primeros aceites de oliva vírgenes extra de la nueva campaña, cotizando al alza según vamos conociéndolas. Como viene siendo habitual son los molinos lusos los más tempranos en producir aceites de oliva en el continente y con ello los



Producción aceite de oliva mediterráneo y stock final España						
	18/19	Disponibilidad España 65,47%	Provisional 19/20	Disponibilidad España 53,01%	Estimación 20/21	Disponibilidad España 62,91%
España	1.789.900	56,71 %	1.120.950	33,47 %	1.550.000	49,67 %
Stock 31 Octubre España	266.066	8,76 %	607.866	19,54 %	363.076	13,25 %
Italia	173.000	5,54 %	340.000	10,92 %	185.000	6,62 %
Grecia	185.000	5,86 %	300.000	8,23 %	245.000	5,79 %
Túnez	140.000	4,44 %	300.000	8,98 %	160.000	5,30 %
Turquía	193.000	6,02 %	225.000	6,73 %	200.000	6,62 %
Marruecos	200.000	6,34 %	145.000	4,34 %	150.000	4,80 %
Portugal	100.000	3,17 %	125.000	4,20 %	100.000	3,97 %
Siria	100.000	3,17 %	120.000	3,59 %	120.000	3,97 %
Tm. aceite oliva	3.146.966	100,00 %	3.283.816	100 %	3.073.076	100,00 %

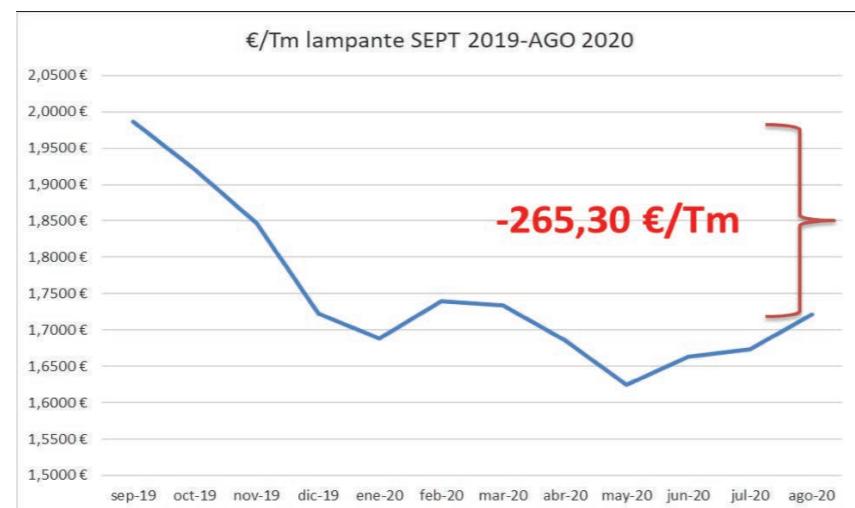
Fuente: Consejo Oleícola Internacional - Elaboración: Oleoestepa S.C.A.

Fuente Estimación 2020/2021 Oleoestepa y operadores internacionales

primeros en marcar referencias de precios que varían según la fecha de entrega del aceite. Si la disponibilidad del nuevo aceite se fija en la primera quincena de octubre se conocen cotizaciones entre 3.000 €/Tm y 3.200 €/Tm., sin embargo para la segunda quincena de octubre y primeros días de noviembre los precios oscilan entre los 2.700 €/Tm y 2.800 €/Tm. al tener que competir para entonces con una mayor oferta procedente de toda la península ibérica. La mayoría de estas compras están siendo cerradas por operadores italianos que para esta nueva campaña confirman que en su país difícilmente alcanzarán una producción superior a las 200.000 Tm. de aceite de oliva.

En España, hace ahora un mes, conocimos la primera estimación de cosecha realizada por la sectorial de aceites de oliva de Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía que

Si la disponibilidad del nuevo aceite se fija en la primera quincena de octubre se conocen cotizaciones entre 3.000 €/Tm y 3.200 €/Tm, sin embargo para la segunda quincena de octubre y primeros días de noviembre los precios oscilan entre los 2.700 €/Tm y 2.800 €/Tm.



Variación precios aceite de oliva lampante en España Septiembre 2019 a Agosto de 2020

6 / frutadointenso

la fijó en 1.216.000 Tm para el conjunto de la Comunidad Autónoma y sobre 1.500.000 Tm a 1.550.000 Tm para toda España, dependiendo de las lluvias que pudieran recibir nuestros campos en los próximos meses.

Para el resto de países del mediterráneo y según fuentes de operadores comerciales, ya hemos indicado que Italia dispondrá de un 40% menos de producción. También verá mermada su producción Túnez un 50% quedándose en unas 165.000 Tm. Grecia será más regular y se estima en una 245.000 Tm frente a las 300.000 Tm de este año. Portugal no se espera que pueda alcanzar las 100.000 Tm. Repiten cifras similares a las de este año Marruecos sobre 145.000 Tm. Turquía próximos a las 200.000 Tm y Siria otras 120.000 Tm. Este aforo oleícola muy provisional arroja una disponibilidad menor de aceites de oliva para la nueva campaña del orden de -200.000 Tm. Siendo así, España nuevamente supondrá algo más del 65 % de las disponibilida-

des de aceites del conjunto de la oferta, considerando la suma de su producción y stock de enlace.

Este protagonismo mejorará la actividad exportadora española, eso sí, condicionada su intensidad por la continuidad o no de aranceles en Estados Unidos de América para las importaciones de los aceites envasados de origen España. De seguir manteniéndose conllevará nuevamente notables importaciones españolas de aceite de oliva, que esta campaña 19/20 terminará con un récord cercano a las 230.000 Tm. y por el contrario un impulso extraordinario en favor de las exportaciones de aceites de Túnez y Portugal como nuevos orígenes en sustitución de España para atender este mercado americano.

Con este escenario en el Mediterráneo pensamos traerá una mayor estabilidad en los precios en origen internacionales del aceite de oliva, que puede ganar parte del precio cedido en los últimos meses y como siempre, en un mercado tan

El aforo oleícola provisional arroja una disponibilidad menor de aceites de oliva para la nueva campaña del orden de -200.000 Tm, con lo que España supondrá nuevamente algo más del 65 % de las disponibilidades de aceites del conjunto de la oferta

€/Tm/lampante	Fecha	Existencias de Aceite de Oliva					T.Salidas	Producción/mes	Totales	Importacion	Salidas	
		Almazaras	PCO	Envasadora	T.Existencias	Acumulada					Media Acumulada	Interanual
1.9201 €	oct-19	434,40	26,10	192,50	653,00	155,43	42,90		10,20	155,43	155,43	132,59
1.8466 €	nov-19	465,90	26,97	213,20	706,07	133,12	170,20		16,00	288,56	144,28	133,86
1.7224 €	dic-19	781,50	40,03	248,80	1.070,33	120,54	457,90		26,90	409,10	136,37	134,41
1.6888 €	ene-20	945,50	67,45	285,50	1.298,45	119,68	332,90		14,90	528,78	132,20	133,13
1.7398 €	feb-20	927,30	70,48	304,10	1.301,88	116,67	100,80		19,30	645,45	129,09	131,61
1.7334 €	mar-20	820,70	69,06	296,70	1.186,46	159,23	12,10		31,70	804,67	134,11	133,20
1.6862 €	abr-20	729,90	65,56	297,20	1.092,66	121,40	2,10		25,50	926,07	132,30	132,31
1.6244 €	may-20	639,50	59,26	290,90	989,66	132,18	2,28		26,90	1.058,25	132,28	132,07
1.6636 €	jun-20	532,90	51,21	283,00	867,11	146,56			24,00	1.204,80	133,87	133,03
1.6736 €	jul-20	416,46	42,24	269,80	728,50	151,61	Producción 1.121,18 Importación 218,40 Disponibilidades 1.992,57		13,00	1.356,41	135,64	133,74
1.7208 €	ago-20	333,23	35,07	252,13	620,42	118,08			10*	1.474,49	134,04	134,44
	sept-20											
4,0649 €	Máxima	1.157,9	178,7	304,1	1.529,2	159,2	689,4		31,7	1.634,3	155,4	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

Balance Oleícola España 2019/2020.

frutadointenso / 7



	Variación	AFORO COOP.	AGOSTO
	20/21	19/20	
ALMERIA	16,0 %	18.000	15.520
CADIZ	21,2 %	10.000	8.250
CORDOBA	48,2 %	290.000	195.643
GRANADA	25,5 %	150.000	119.490
HUELVA	10,6 %	8.000	7.231
JAEN	38,8 %	550.000	396.236
MALAGA	36,6 %	75.000	54.919
SEVILLA	15,5 %	115.000	99.536
ANDALUCIA	<b>35,6 %</b>	<b>1.216.000</b>	<b>896.825</b>
RESTO ESPAÑA	26,7 %	284.000	224.125
Producción España	33,8 %	1.500.000	1.120.950

Fuente 2019/2020 AICA - Mapama

Fuente: 2020/2021 Sectorial Aceites Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía



Estamos ante un difícil ejercicio, añadido a la escasez de mano de obra en el campo y mas aún de personal cualificado en la extracción de aceites de oliva en una campaña que se espera importante en volumen de aceite de oliva.

sensible a las expectativas, la climatología tendrá mucho que decir en la magnitud de esta recuperación.

Otra novedad con la que contaremos próximamente pero con difícil aplicación para la campaña oleícola 2020/2021, será la aprobación del Real Decreto que establece las normas básicas para la aplicación del artículo 167 bis de la Organización Común de los Mercados Agrarios (OCMA) en el sector del aceite de oliva y que permitirá contar entre otras medidas con un mecanismo de retirada obligatoria para el aceite de oliva. Como ya venimos diciendo esta propuesta no la compartimos, pues sólo podemos asegurar que va a suponer el reparto equitativo entre todas las almazaras españolas de buena parte de los excedentes de aceite de oliva, y no que gracias a ella aseguremos recuperaciones de los precios en origen. Está pendiente de conocerse el

desarrollo de la norma de comercialización en la que se concretará cómo y cuándo se activarán determinadas medidas muy preocupantes, entre las que se encuentran las siguientes ideas:

1. Retirada de aceites hasta la campaña siguiente o destino a uso no alimentario
2. Planificación de la producción mediante cosecha temprana
3. Regulación del rendimiento de extracción de aceite de la pasta de aceituna
4. Limitación del rendimiento de aceituna por hectárea a nivel de parcela

El Ministerio antes del inicio de cada campaña, consultadas las comunidades autónomas, estimará la nueva cosecha a la que sumará las

existencias finales para conocer las disponibilidades totales de aceites en España y si la cantidad resultante superara en más de un 25% la media de las seis últimas campañas y un 15% superior a la cifra de la campaña inmediatamente anterior, podrá presentar una propuesta de norma de comercialización.

El inicio de campaña arranca en las próximas semanas con la novedad y dificultad para implementar las medidas sanitarias preventivas para evitar contagios por el coronavirus en las tareas de recolección de aceitunas y trabajos en las almazaras. Difícil ejercicio añadido a la escasez de mano de obra en el campo y mas aún de personal cualificado en la extracción de aceites de oliva en una campaña que se espera importante en volumen de aceite de oliva.



## Algunas ideas para salir de la tormenta perfecta

Numerosos problemas apremian al sector a buscar soluciones que lo saquen de una grave crisis cuyo epicentro son los excedentes de aceites en España

**E**l sector del aceite de oliva atraviesa una grave crisis causada por varias circunstancias que vienen sucediendo en cascada ocasionando la tormenta perfecta. El epicentro del problema son los excedentes de aceites en España que comienzan a ser estructurales.

Los problemas nunca vienen solos, precisamente en una situación que urge potenciar las exportaciones de aceite de oliva español, en

un mercado tan importante como el de Estados Unidos de América de 338.000 Tm, tercero en consumo a nivel mundial de nuestro aceite vegetal, la estrategia política de su Presidente Donald Trump "América first", lo lleva a una guerra comercial con las principales potencias mundiales, China, Rusia y la Unión Europea. En el desencuentro con la UE la Organización Mundial del Comercio da la razón a EEUU y ya tenemos el segundo problema, desde el 18 de octubre

de 2019, una extensa lista de productos europeos se ven afectados por aranceles que para el caso del aceite de oliva, sólo al producido en España, se le aplica un arancel del 25% de su valor en factura a las partidas importadas en envases menores a 18 Kg.

Una de las consecuencias de esta medida, y que decíamos sucede en cascada, es el tercer problema, aumento de las importaciones de aceites por parte de los operado-



res españoles. Para atender, entre otros, al mercado de EEUU sin verse afectado por los aranceles, los aceites envasados por nuestras industrias y las italianas proceden mayoritariamente de la novena provincia andaluza - la cercana Portugal - o de Túnez, que este año debido a la importante producción obtenida en el país africano mantienen unos precios aún más bajos que los españoles. Las cifras globales importadas por España de diferentes orígenes en esta campaña hasta el mes de julio suman ya nuevo récord de 208.440 Tm., sólo en el mes de marzo 31.740 Tm.

Ahora se abre un debate para desempolvar el principio de preferencia comunitaria que tiene una difícil solución por los acuerdos Unión Europea y estos Estados.

El cuarto problema es la ausencia de un estándar de calidad internacionalmente aceptado. Los grandes números del balance oleícola mundial es una producción que supera los 3.000.000 Tm. de las cuales dos tercios consumimos

los países productores, por cierto cada vez menos, y algo más de 1.000.000 de Tm que importan los países no productores. Salvo en el mercado de la UE que sí están sujetos a una regulación común basada en las normas de calidad del Consejo Oleícola Internacional, en el resto de países destinatarios de las exportaciones de aceite de oliva apenas hay legislación y de haberla no se contempla el análisis sensorial para la categoría reina que alcanza más del 75% de las transacciones, el aceite de oliva virgen extra. Y más preocupante, de exigirse la valoración sensorial tardarían años en disponer de paneles de catadores adiestrados para su control, lo que provocaría una grave inseguridad jurídica.

Todos los demás problemas que amenazan al sector del aceite de oliva y podríamos enumerar en una larga lista confluyen o son derivados del desequilibrio entre producción y consumo. La solución al problema pasa por impulsar el consumo mundial y para ello España primer productor debe

ejercer como líder para proponer algunas medidas como:

#### CALIDAD

Armonizar UE y principales países terceros importadores normas de calidad para el aceite de oliva, sustentadas exclusivamente sobre análisis instrumental de parámetros fisicoquímicos más exigentes que los actuales, para mejor correlación con la calidad aceite de oliva virgen extra determinada sensorialmente según normas del Consejo Oleícola Internacional. En esto ya se está trabajando para el mercado de Estados Unidos. Es una utopía aspirar a regular sensorialmente los AOVE en el comercio internacional. Esta propuesta es la medida menos mala y más inmediata.

Para España se debe ultimar y aplicar inmediatamente, dentro de la norma de calidad el proyecto de trazabilidad para los aceites de oliva y disponer así de un balance de masas y calidades. Este proyecto está liderado por la Fundación



**Para España se debe ultimar y aplicar inmediatamente, dentro de la norma de calidad el proyecto de trazabilidad para los aceites de oliva, un sistema que daría transparencia al sector y ayudaría a las labores de inspección.**



Para atender, entre otros, al mercado de EEUU sin verse afectado por los aranceles, los aceites envasados por nuestras industrias y las italianas proceden mayoritariamente de la novena provincia andaluza - la cercana Portugal - o de Túnez

Patrimonio Comunal Olivarero y está muy avanzado. Este sistema daría transparencia al sector y ayudaría a las labores de inspección.

#### OLIVAR MARGINAL

La estrategia de la PAC en el nuevo marco 2021-2027 quiere tener una Europa más verde y para ello podría dedicar ayudas al "olivar imposible" que no puede reconvertirse, potencial olivar ecológico y que nuestro Ministerio quiere multiplicar por tres la superficie en los próximos años.

#### INMOVILIZACIÓN FRENTE A AUTORREGULACIÓN

A pesar de los bajos precios en origen del aceite de oliva que estamos teniendo en estos últimos meses, la alternancia de los ciclos climáticos desgraciadamente se vienen sucediendo y con ellos la abundancia o escasez del aceite de oliva. La peor de las consecuencias es la volatilidad de los precios en origen y dificultad para no solo crecer sino mantener los mercados ganados, especialmente los

emergentes, entorpeciendo el esfuerzo de varios años. Por tanto es necesario que se mantenga para todos los países productores de la UE el único mecanismo de regulación existente en la OCM del aceite de oliva a través de los contratos de almacenamiento privado. La medida debe contemplar ayudas para períodos plurianuales equivalentes a los gastos logísticos y financieros en que se incurrirán de manera que incentiven la retirada de oferta hasta tanto se recuperen los precios en origen. Deben actualizarse los precios de referencia para su activación que se fijaron en 1.998 pues suponen una línea roja infranqueable comercialmente aceptada.

La aplicación del artículo 167 bis del Reglamento 1308/2013 por España obligando a la retirada obligatoria de un porcentaje del aceite producido sólo repartirá proporcionalmente los excedentes de aceites entre las almazaras españolas y lanzará un mensaje a los países productores competidores de tranquilidad y otro mensaje a la industria envasadora nacional e

internacional para alentar importaciones de otros orígenes.

#### PROMOCIÓN

"Es más fácil cambiar de religión que de hábitos alimentarios". Recordando al médico, investigador y nutricionista Grande Covián tenemos muchas oportunidades para aumentar el consumo de aceite de oliva en el mundo pero no es una tarea fácil robar cuota a otros aceites vegetales y para conseguirlo debemos hacer una apuesta con importantes recursos. Se abre el debate si aumentar la tasa de la interprofesional para acciones promocionales genéricas o por el contrario la opinión legítima de quienes quieren aplicar ese esfuerzo económico para sus propias acciones promocionales marquistas. En cualquier caso, de una u otra manera, el sector tiene que dar a conocer las bondades de este aceite vegetal basada en los tres pilares de Salud, Sabor y Sostenibilidad. Ya no vale aquello de "el buen paño en el arca se vende"



La determinación secuencial del rendimiento graso en seco es la mejor estrategia a seguir

# Mitos y realidades del momento óptimo de la recolección en olivo

Raúl de la Rosa, José Francisco Navas y Lorenzo León (IFAPA Centro Alameda del Obispo, Córdoba) Juan Cano (IFAPA Centro Venta del Llano, Mengíbar), Carlos Weiland (Departamento de Ciencias Agroforestales, Universidad de Huelva), Carlos Sanz y Ana G. Pérez (Instituto de la Grasa, CSIC, Sevilla)

El criterio más antiguo, que ha acompañado al productor quizás desde el principio del cultivo del olivo, es el cambio de color de la aceituna. En base a este cambio, ocasionado por la degradación de la clorofila a la par de la síntesis de otros pigmentos como las antocianinas, se desarrollaron valores de un índice de madurez de referencia para determinar el momento de recolección. Posteriormente se introdujo el análisis del rendimiento graso de la aceituna como criterio para determinar el momento de recolección. Este rendimiento graso se ha medido tanto en fresco como en seco. El rendimiento graso en fresco se calcula como el porcentaje de aceite respecto a la masa total de la aceituna, incluyendo la humedad.

En el caso del aceite en peso seco se calcula como el porcentaje de aceite respecto a la masa del fruto desecado. En algunos casos se ha aconsejado la recolección cuando el porcentaje de aceite en fruto pasaba de un valor concreto, como por ejemplo el 40% de aceite en fruto seco. También se han propuesto otros criterios basados en la determinación de diferentes com-

**En muchas zonas de España, tradicionalmente, la recolección del olivo empezaba en diciembre, terminando bien entrado el nuevo año. Esta situación ha cambiado considerablemente, de manera que la modernización de las almazaras, los nuevos sistemas de cultivo y el énfasis cada vez mayor en la calidad del aceite de oliva virgen extra (AOVE) han hecho que en los últimos años el inicio de la recolección se haya adelantado considerablemente. Sin embargo, sigue sin existir un criterio general que determine cuál es el momento óptimo de recolección en olivo, coexistiendo actualmente algunos criterios tradicionales con otros más modernos.**



ponentes químicos de la aceituna, aunque su determinación sería mucho más laboriosa y, por tanto, de menor utilidad práctica.

Finalmente, también se ha utilizado la determinación de la fuerza de retención del fruto como índice para evaluar la facilidad de recolección. No obstante, este factor parece no tener en la actualidad tanta importancia como antaño considerando la mayor eficiencia de los nuevos sistemas de recolección y no se ha considerado en este trabajo.

## Ensayos comparativos realizados

Para determinar la utilidad de estos criterios hemos utilizado una serie de ensayos comparativos de variedades en distintas localidades de Andalucía con condiciones climáticas contrastantes. Entre estas localidades hay algunas donde el cultivo del olivo es muy tradicional, como Antequera (Málaga), Baena (Córdoba) y Úbeda (Jaén). En otras, el cultivo del olivo tiene una importancia más reducida, quizás porque las condiciones climáticas no son las óptimas, como Gibraleón (Huelva) y Tabernas (Almería). En todas ellas se han ensayado las mismas cinco variedades y dos selecciones del programa de mejora. En todos los casos las variedades estaban organizadas con un diseño experimental en bloques al azar, que asegura la correcta comparación entre dichas variedades.

## Rendimientos grasos por variedades

En estos ensayos se ha caracterizado la curva de acumulación de aceite, en cada variedad y localidad. Para ello se recogieron muestras de aceituna cada diez días,

## CUADRO I

MÁXIMO RENDIMIENTO GRASO EN FRUTO SECO EN CINCO VARIEDADES DE OLIVO Y DOS SELECCIONES DE MEJORA.

	Arbequina	Arbosana	Carrascal	Koroneiki	Picual	Selection1	Selection2	Media
AN-15	49,1	45,6	48,1	45,9	45,5	48,1	50,2	47,4
AN-16	45,7	45,7	44,8	47,9	49,8	49,8	47,8	47,3
BA-16	47,8		50,9	45,8	52,8	52,1	52,2	50,2
GI-15	50,8		54,2	45,3	50,7	53,5	52,2	51,1
GI-16	42,4	43,9	53,6	40,3	42,5	48,4	51,9	46,1
UB-15	47,7	49,6	49,5	44,5	46,3	49,4	53,5	48,6
UB-16	44,4	45,8	49,3	40,6		49,6	46,3	45,9
TA-15	40,2	51,2		48,5		49,3	49,6	47,8
TA-16	52,7	53,3	53,4	49,1	54,4			52,6
<b>Media</b>	<b>46,6</b>	<b>47,7</b>	<b>50,3</b>	<b>45,2</b>	<b>48,7</b>	<b>50,1</b>	<b>50,4</b>	

\* AN (Antequera); BA (Baena); GI (Gibraleón); UB (Úbeda); TA (Tabernas).

Las muestras se tomaron en 5 ensayos comparativos de olivo localizados en diversas zonas de Andalucía, durante 2015 y 2016.

## CUADRO II

DÍA DEL AÑO MEDIO EN EL QUE SE ALCANZA EL MÁXIMO RENDIMIENTO GRASO EN FRUTO SECO EN CINCO VARIEDADES DE OLIVO Y DOS SELECCIONES DE MEJORA.

	Arbequina	Arbosana	Carrascal	Koroneiki	Picual	Selection1	Selection2	Media
AN 15	320,7	327,7	317,1	329,2	320,7	322,9	324,3	323,2
AN 16	318,7	315,7	328,8	323,4	314,9		313,8	319,2
BA 16	309,7		306,7	307,1	302,3	304,4	316,8	307,7
GI-15	291,5		302,7	298,8	295,6	306,3	296,1	298,1
GI-16	307,6	299,8	298,4	302,2	295,6	302,7	304,4	301,5
UB-15	314,5	315,4	307,4	318,7	320,3	316,6	311,6	314,9
UB-16	303,6	313,8	326,3	302,8		326,3	302,3	312,3
TA-15	297,5	321,1		307,6		314,5	310,9	310,2
TA-16	301,2	309,7	301,6	300,7	300,5			302,7
<b>Media</b>	<b>307,1</b>	<b>314,6</b>	<b>310,9</b>	<b>309,9</b>	<b>307</b>	<b>313,3</b>	<b>309,9</b>	

\* AN (Antequera); BA (Baena); GI (Gibraleón); UB (Úbeda); TA (Tabernas).

Las muestras se tomaron en 5 ensayos comparativos de olivo localizados en diversas zonas de Andalucía, durante 2015 y 2016.

se midió su rendimiento graso. Con estos datos se determinaron los máximos rendimientos grasos para cada variedad o selección en una determinada zona de cultivo (**cuadro I**).

Por un lado, se ha visto que para cada variedad y cada combinación de localidad/año, el contenido máximo aceite en fruto seco es distinto. Así, por ejemplo, la variedad Picual tuvo un valor máximo de 54% en Tabernas en 2016, mientras que fue del 42% en Gibraleón en el mismo año (en ambos casos en ensayos en riego). Por tanto, no parece lógico establecer un valor fijo de rendimiento graso como criterio para determinar el momento de recolección.

## Fechas para el máximo rendimiento graso

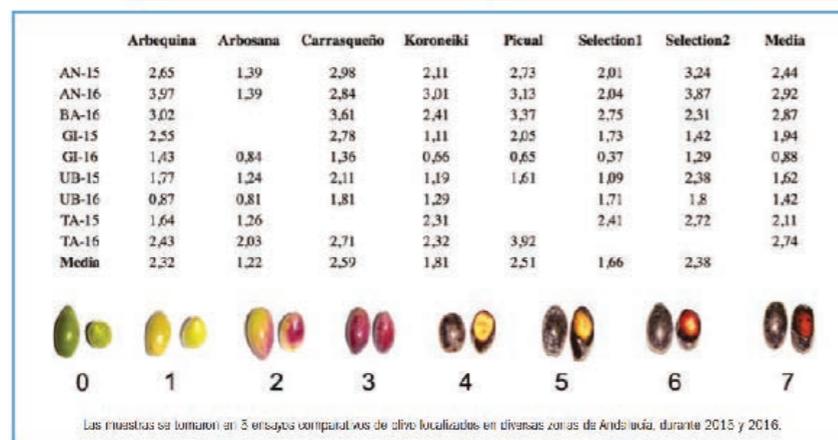
También se ha determinado el día del año en el que se ha alcanzado este máximo en la acumulación de aceite, medido como rendimiento graso en seco (**cuadro II**). Aunque parece que hay localidades como Gibraleón, donde la recolección se puede hacer de manera más temprana y otras como Antequera, donde la acumulación del aceite es más tardía, tampoco se puede establecer una fecha fija para cada localidad o variedad. Así, por ejemplo, se ha visto mucha variabilidad en los dos años estudiados en Tabernas, y también, aunque en menor medida, en Antequera.



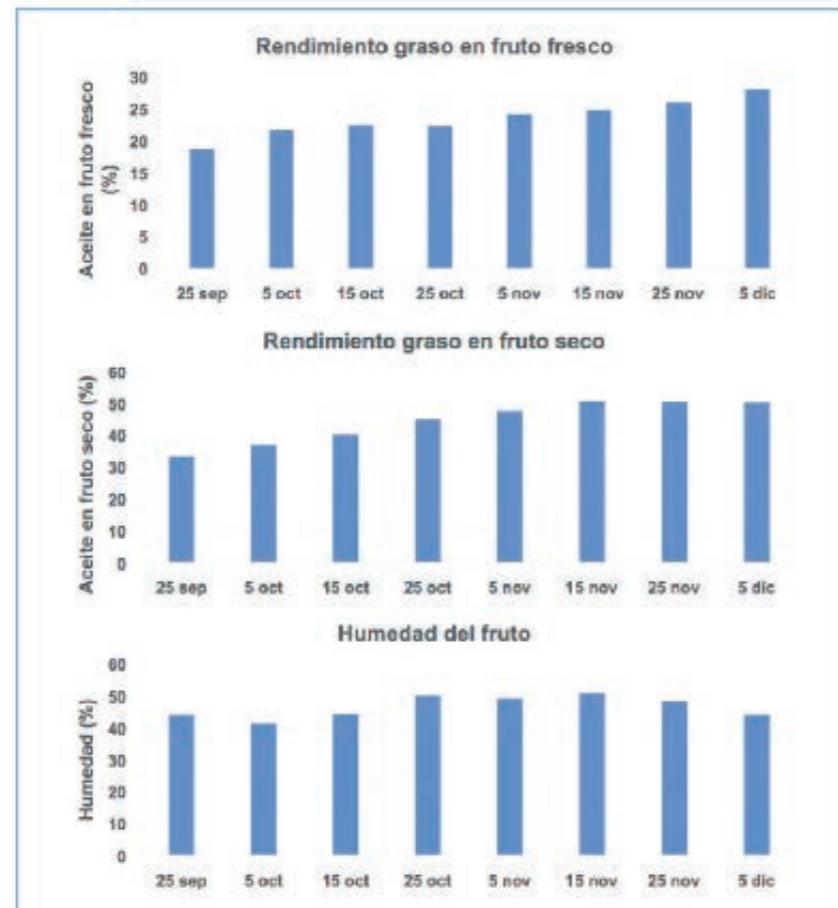
Considerando las variedades estudiadas, tampoco se puede hablar de variedades tempranas o tardías. De hecho, la variabilidad para esta fecha en las distintas variedades es muy pequeña, observándose una diferencia de apenas una semana en el momento en que, de media, alcanzan el máximo de acumulación las distintas variedades estudiadas. Al contrario, el momento donde termina la acumulación de aceite para una determinada variedad parece depender mucho de la localidad y del año en cuestión. Es posible que, si se consideraran otras variedades, se pudiera encontrar alguna en la que el aceite se acumule de manera consistentemente más temprana que en el resto. En este sentido, cabe destacar que en olivo contamos con una amplia variabilidad de recursos genéticos, tanto en variedades cultivadas como silvestres y, por tanto, no es descartable que se puedan encontrar materiales que transgredan los límites de variabilidad conocidos. De hecho, éste es uno de los objetivos actuales del programa de mejora de olivo del Ifapa.

También cabe destacar que, con muy pocas excepciones, en la mayoría de las localidades y variedades estudiadas, el final de la acumulación de aceite ha ocurrido antes del día 320 (17 de noviembre). Esto quiere decir que retrasar la cosecha más allá de dicha fecha, por lo general, no va a suponer un incremento muy significativo del rendimiento. Pero sí que una cosecha tardía puede traer importantes perjuicios, como la mayor probabilidad de ocurrencia de heladas o de ataque de enfermedades aéreas. Además, por lo general, una recolección tardía va en detrimento de la calidad organoléptica y

**FIG. 1** Índice de madurez del fruto en el momento de mayor rendimiento graso en cinco variedades de olivo y dos selecciones de mejora.



**FIG. 2** Variación del rendimiento graso en fresco y seco y de la humedad del fruto en Arbequina en un ensayo en Antequera (Málaga) en secano.



nutricional del aceite y afecta muy negativamente a la producción del año siguiente. De hecho, las recolecciones tardías son consideradas uno de los principales factores de la vejería en olivo..

#### Color del fruto

Por otro lado, como se ha dicho antes, el color del fruto se ha utilizado, desde épocas ancestrales, como método para determinar el

momento de recolección. En este estudio, a la vez que se determinaba la evolución del contenido en aceite en fruto seco, se evaluaba el valor del índice de madurez, según una escala de variación del color de la piel y de la pulpa ya muy establecida. Esta escala va desde 0 para frutos verde intenso a 7 para frutos de color negro, tanto en la piel como en la pulpa (figura 1).

Nuevamente, vemos que, para una misma variedad, el índice de madurez que tienen las aceitunas cuando se alcanza el máximo rendimiento graso puede ser extremadamente variable (figura 1). Por ejemplo Arbequina tenía un índice de madurez de 0,87 en Úbeda en el año 2016 cuando se alcanzó el máximo rendimiento graso mientras que en Antequera en 2016 tenía un índice de 3,97. Un comportamiento similar se ha visto para el resto de las variedades. También para una misma localidad y año, el comportamiento de las distintas variedades es distinto. Por ejemplo, en Gibraleón en 2015, Koroneiki

alcanzó el máximo rendimiento con un índice de madurez de 1,11 mientras que Carrasqueño lo hizo con 2,78. No se puede recomendar por tanto un valor fijo de índice de madurez que sea de utilidad para todas las variedades y condiciones ambientales que se dan en el olivar.

Otro criterio también usado con cierta frecuencia para determinar el momento óptimo de recolección es el rendimiento graso, pero en fruto fresco. El gran inconveniente de utilizar el rendimiento graso en fruto fresco es que depende mucho de la humedad del fruto. Y esta humedad puede subir o bajar dependiendo de la lluvia y, en general, de la disponibilidad hídrica del árbol en cada momento. Por tanto, el rendimiento graso en fresco es un dato que puede ser errático y engañoso. Por ejemplo, si seguimos la evolución de la variedad Arbequina en Antequera en el año 2016, vemos que el rendimiento graso en fresco aumenta hasta el 5 de diciembre, con lo que no

## ¿QUIERES QUE LOS PEQUES CONOZCAN EL MUNDO DEL OLIVAR Y EL ACEITE?

¿Aún no conoces el proyecto “Embajadores” de la Denominación de Origen Estepa? El Consejo Regulador quiere que todos los estudiantes del territorio, desde la más temprana edad, conozcan la importancia del olivar y el aceite de oliva virgen extra en

la Comarca de Estepa y Puente Genil, de ahí que haya desarrollado un material didáctico, que se puede obtener de forma gratuita, donde se explica el origen del olivo, el proceso de elaboración del aceite y muchas cosas más de forma amena y sencilla.



Disponible online en  
[www.doestepa.es/embajadoresdelaove](http://www.doestepa.es/embajadoresdelaove)



También es muy frecuente asociar el índice de madurez del fruto con la calidad del aceite que produce. Nuestros datos contradicen esta afirmación. No se puede establecer una asociación sólida entre el contenido de ácido oleico y el de fenoles con un color de fruto determinado



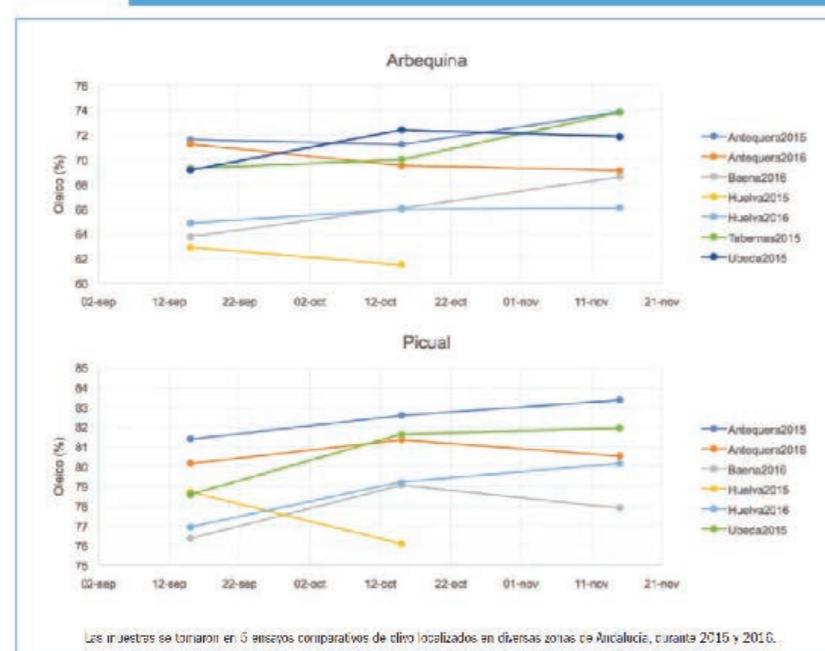
**FIG. 3** Variación del porcentaje de ácido oleico en el aceite en Arbequina y Picual durante la maduración.

se aconsejaría comenzar la recolección hasta ese momento (**figura 2**).

Sin embargo, el rendimiento graso en fruto seco se estabiliza el 15 de noviembre y ya no aumenta más. La diferencia entre ambos rendimientos (fresco y seco) está en que a partir del 15 de noviembre la humedad del fruto descendió de manera significativa. Es decir, en este caso concreto, a partir del 15 N no ha habido un aumento real del contenido en aceite del fruto, lo que ha habido es un descenso del contenido en agua (humedad). Este caso demuestra que medir el rendimiento graso en fresco puede ser un criterio engañoso para determinar el momento óptimo de recolección. El criterio correcto, por tanto, sería usar el rendimiento graso en seco.

#### Calidad del aceite

Además del contenido en aceite, cada vez más productores tienen en cuenta la calidad del aceite de oliva para determinar el momento óptimo de recolección. El principal

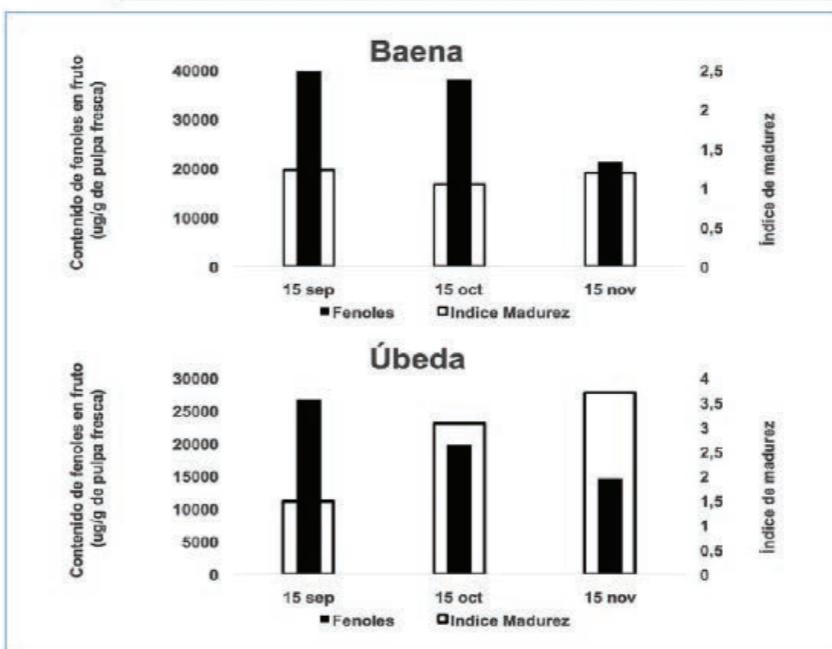


componente del aceite de oliva, el ácido oleico, no tiene un comportamiento claro a lo largo de la maduración. Por ejemplo, en las dos variedades españolas principales, Picual y Arbequina, no se ha visto una evolución clara (ascenso o descenso) con la maduración en las distintas localidades y años evaluados (**figura 3**). Al contrario, el contenido en ácido oleico ha evolucionado de forma distinta, dependiendo de la

localidad y del año y, en cualquier caso, las variaciones cuantitativas a lo largo del periodo de maduración no parecen muy importantes. Sin embargo, otros componentes del aceite, también muy relevantes en su calidad sí que muestran un descenso claro con la maduración. El caso más significativo es el contenido en fenoles, que cae bruscamente conforme avanza la



**FIG. 4** Variación del índice de madurez y de los fenoles totales del fruto en Arbequina en dos localidades de Andalucía (Baena y Úbeda) durante la maduración.



maduración (**figura 4**). También es muy frecuente el asociar el índice de madurez del fruto con la calidad del aceite que produce. Nuestros datos contradicen esta afirmación. No se puede establecer una asociación sólida entre el contenido de ácido oleico y el de fenoles con un color de fruto determinado. Así, por ejemplo, en el caso de los fenoles, hemos estudiado la evolución comparada del contenido de fenoles en fruto y el índice de madurez en la

variedad Arbequina, en las localidades de Úbeda y Baena (**figura 4**). En ambas localidades el contenido en fenoles desciende conforme avanza la fecha de maduración. Sin embargo, mientras que en Úbeda sí se aprecia un cambio de color de la aceituna, en Baena se mantiene verde en las tres fechas de muestreo. En general podemos concluir que una aceituna que ha cambiado de

color (que ha virado a violeta o negro) es casi seguro que va a tener un contenido bajo en fenoles. En una aceituna verde podemos encontrarnos casos en que el contenido en fenoles sea alto y otros en los que ya sea muy bajo, como en el caso de la última fecha de muestreo en Baena. Tampoco se ha visto una correlación consistente entre los fenoles individuales y el índice de madurez.

#### Conclusión

En resumen, según los datos recabados en ensayos multivarietales repetidos en localidades con condiciones climáticas diversas, la mejor estrategia para determinar el momento óptimo de recolección, desde el punto de vista de la cantidad y calidad del AOVE, es la determinación secuencial del rendimiento graso en seco durante el otoño. El momento óptimo sería cuando este rendimiento se estabiliza o ya el aumento que se produce no compensa los perjuicios de retrasar más la recolección.

Los laboratorios de análisis suelen dar el rendimiento graso en seco a la vez que el rendimiento en fresco, sin que ello suponga un encarecimiento de dicha determinación. En el caso de que se quieran mantener unas determinadas características de calidad en el aceite, como es el caso de alto contenido en fenoles, sería incluso beneficioso sacrificar algunos puntos de rendimiento para realizar una recolección algo más temprana. Este adelanto en la recolección puede venir acompañado de otras ventajas asociadas como una menor incidencia de heladas o enfermedades, así como una disminución de la vecería en olivo.



# Jesús Juárez

Presidente de Oleoestepa S.C.A.

**E**l nuevo presidente de Oleoestepa S.C.A. es un apasionado de la agricultura, lleva más de media vida dedicada al cultivo del olivar y ha sido uno de los pioneros en el desarrollo de la producción ecológica en nuestro territorio.

Socio de la cooperativa Purísima de Herrera S.C.A., hace unos meses decidió afrontar el reto de presidir una de las cooperativas de segundo grado más importantes de nuestro país. En esta entrevista nos da su visión sobre temas de especial relevancia para la olivicultura, en un momento donde reina la incertidumbre a nivel global y en el que los precios del aceite están haciendo que el olivarero mire con recelo los próximos meses.

**¿Cómo definirías la situación actual de Oleoestepa?**

Oleoestepa está muy bien consolidada en el mundo del aceite, en especial en el del aceite de oliva virgen extra. Cada año estamos aumentando nuestra cuota de envasado y el objetivos es pasar de ser los mejores granelistas de AOVE, a ser los mejores envasadores de AOVE.

Estamos en una coyuntura muy importante con decisiones estratégicas difíciles en cuanto a nuestras masas críticas de volúmenes de comercialización. Recientemente se ha incorporado la cooperativa Agrojara. Esta decisión es importante porque todos los años tenemos que comprar aceite fuera de nuestras cooperativas y están llaman-

**“Oleoestepa está muy bien consolidada en el mundo del aceite, en especial en el del AOVE. Cada año estamos aumentando nuestra cuota de envasado y el objetivos es pasar de ser los mejores granelistas a ser los mejores envasadores de AOVE”**



do a nuestra puerta cooperativas para incorporarse.

Tenemos que conocer bien nuestro volumen crítico, si nuestras cooperativas lo alcanzarán, o por el contrario necesitaremos nuevas incorporaciones para abastecer nuestras demandas, siempre con la condicionalidad de regirse por similares características en cuanto a calidad del aceite y forma de trabajar de nuestro grupo cooperativo..

**“Somos los numero uno en el aceite de oliva virgen extra gracias al gran trabajo de nuestros agricultores en el campo, obteniendo una aceituna sana y de gran calidad, con un sistema muy potente de trazabilidad.”**

**¿Cuáles considera que son las principales fortalezas de la entidad que preside?**

La gran masa social que lo compone y su compromiso con las cooperativas de primer y segundo grado.

Somos los numero uno en el aceite de oliva virgen extra gracias al gran trabajo de nuestros agricultores en el campo, obteniendo una aceituna sana y de gran calidad, con un sistema muy potente de trazabilidad. Sin esta aceituna, en

las cooperativas de primer grado no obtendríamos este oro líquido que tanto prestigio nacional e internacional nos da.

Luego Oleoestepa puede realizar ese trabajo tan riguroso y estricto que le caracteriza y que nos ha llevado a situarnos donde estamos, estando presentes en todos los informes de la OCU en el primer puesto de calidad.

**¿Qué retos cree que debe afrontar Oleoestepa a corto y medio plazo, y cómo piensa impulsarlos desde su posición?**

Oleoestepa viene trabajando desde hace años con un plan estratégico con sus sucesivas revisiones y actualizaciones que marcan la hoja de ruta. Venimos llevando a cabo en los últimos años diferentes actuaciones, como importantes inversiones industriales, digitaliza-



**Los oleicultores profesionales con estos precios tienen que reconvertir su olivar a uno más competitivo, disponer de almazaras bien dimensionadas, tecnológicamente eficientes, orientadas a la excelencia e integradas en una entidad de rango superior**

dades del comercio exterior, para lo que seguimos trabajando y dandolo con recursos humanos esta área de la empresa.

**Ante la situación actual de incertidumbre a nivel global y también en el sector oleícola ¿Qué mensaje le lanzaría a los olivareros de la comarca de Estepa y Puente Genil?**

Que sigamos trabajando como lo estamos haciendo, porque esa línea nos permite defender muy bien nuestro producto y diferenciarlo del resto. Esta es la gran fortaleza de Oleoestepa en el mercado, lo riguroso y estricto que somos en nuestra forma de trabajar en todos los estamentos, y ante situaciones difíciles la unión y nuestra idiosincrasia nos permitirá salir airoso de estos precios tan bajos que hay en el mercado.

**Desgraciadamente y tras esta importante crisis sanitaria viene otra no menos grave, de carácter económico. ¿Ve al sector olivarero nacional preparado para afrontar los retos que se presentan?**

ción de la empresa, incorporación de nuevos profesionales en diferentes departamentos de la empresa, etc. Todo ello ha hecho que seamos un referente internacional en la producción y comercio de los aceites de oliva vírgenes extra. Los crecimientos de Oleoestepa vendrán especialmente de oportunidades positiva de otras zonas productoras, y nos va a permitir seguir haciéndole frente a variedades adaptadas al superintensivo que amenazan al olivar tradicional e intensivo.

Los oleicultores profesionales con estos precios tienen que reconvertir su olivar a uno más competitivo, disponer de almazaras bien dimensionadas, tecnológicamente eficientes, orientadas a la excelencia e integradas en una entidad de rango superior responsable del comercio y servicios comunes.

**Ante el reto de la nueva PAC ¿Qué le pediría a las administraciones públicas para proteger un cultivo tan importante como el olivar?**

Como se suele decir, virgencita que nos deje como estamos, porque lo que está claro es que ante cada nuevo marco y negociación de la PAC siempre se ha producido un recorte en los pagos.

Les pediría a nuestros políticos que, en lugar de arrimar el ascu a su sardina y llevarlo todo al terreno político para conseguir réditos, remen a favor de los intereses de los agricultores que es lo que esperamos de ellos como representantes al servicio de los mismos. Esta etapa en la que algunas explotaciones poco rentables desaparecerán, una PAC con mayores recortes sería nefasta para la viabilidad de las mismas y desaparecerán. Puede marcar la diferencia entre seguir siendo viables o ser abandonadas. Que piensen en la cantidad de puestos de trabajo que generan nuestras explotaciones agrícolas y la importancia de nuestro sector como base de la economía española.



# Francisco Montaño

Presidente de Puricon S.C.A.

**E**l nuevo Presidente de Puricon S.C.A. afronta su periodo al frente de la cooperativa con el objetivo de consolidar la estabilidad de la entidad e impulsar un crecimiento sostenido que permita afrontar los retos del presente y del futuro.

**Tras unos meses al frente de la Presidencia de Puricon S.C.A., una de las cooperativas de referencia de nuestro territorio ¿Cómo definiría la situación actual de la entidad?**

En primer lugar, tengo que decir que es una enorme responsabilidad, al mismo tiempo que, un orgullo para mí, aportar mi granito de arena a que Puricon, S.C.A., sea, como dice, una de las cooperativas de referencia de nuestro territorio.

Respecto a la situación actual, consideramos que Puricon ha adquirido una estabilidad como cooperativa, que es lo que más confianza trasmite a los socios que la forman, y por otro lado tiene un potencial que nos ilusiona.

**“Puricon ha adquirido una estabilidad como cooperativa, que es lo que más confianza trasmite a los socios que la forman, y por otro lado tiene un potencial que nos ilusiona.”**

**¿Qué rasgos considera que son los diferenciales de la entidad que preside?**

Desde mi punto de vista, uno de los rasgos que define a Puricon radica en el compromiso de todos. Cada pieza del engranaje que forma nuestra cooperativa (socios, trabajadores y Consejo Rector) es fundamental para conseguir nuestro principal objetivo, que no es otro que obtener un Aceite de Oliva Virgen Extra de máxima calidad.

**¿Qué retos cree que debe afrontar Puricon S.C.A., a corto y medio plazo, y cómo piensa impulsarlos desde su posición?**

Como he dicho anteriormente, Puricon tiene un potencial que nos ilusiona mucho. Nuestro reto debe ser continuar creciendo y es algo sobre el que, nuestro Consejo Rector, ya está trabajando.

A medio plazo tenemos en proyecto ampliar y reorganizar nuestras instalaciones, para ello adquirimos hace aproximadamente dos años unos terrenos



Miembros del Consejo Rector de la cooperativa Puricon S.C.A.

colindantes a nuestra cooperativa; y a corto plazo vamos a ampliar la capacidad de molturación, sustituyendo una línea de extracción por otra de mayor capacidad. Es necesario que nos adelantemos a hechos como los que ocurrieron hace dos campañas, en el que la capacidad de molturación de aceitunas y de almacenamiento de aceite, supuso un verdadero riesgo para el funcionamiento de la cooperativa. Nuestro producto debe ser recogido, molturado y almacenado en su momento, no podemos esperar a que haya capacidad, y nuestro reto enfocarlo a solventar este riesgo.

**Debemos seguir trabajando teniendo en cuenta todos los aspectos necesarios para obtener un producto de máxima calidad, cultivado siempre con un método sostenible y rentable para el agricultor, y respetuoso con el medio ambiente.**

**En su opinión, ¿Qué proyectos u objetivos cree que debería perseguir el territorio de manera colectiva para conseguir un mayor desarrollo?**

Mi opinión sobre los objetivos que debe perseguir el territorio son los mismos que tenemos para nuestra cooperativa, es decir, debemos seguir trabajando teniendo en cuenta todos los aspectos necesarios para obtener un producto de máxima calidad, cultivado siempre con un método sostenible y rentable para el agricultor, y respetuoso con el medio ambiente. Y siento ser tan reiterativo en este

aspecto, pero creo que es la única vía que existe para mantenernos lo más fuertes posible y evolucionar, ya que, al final formamos parte de una cadena y debemos cuidar cada eslabón.

**Como agricultor comprometido y, ante la situación actual de incertidumbre a nivel global y también en el sector oleícola ¿Qué mensaje le lanzaría a los olivareros del territorio?**

Bueno, por desgracia nos ha tocado vivir una situación muy delicada derivada de la pandemia del Covid-19, unido a la crisis de precios que ya venía acusando el sector, agravada por los aranceles impuestos por EEUU al aceite de oliva y las aceitunas de mesa. Mi mensaje a los olivareros no puede ser otro que, trabajemos con conciencia y seguridad, para seguir obteniendo un producto de máxima calidad, y que sigamos todas las recomendaciones que nos ha-



Nuestro reto es intentar mantener el consumo de productos de máxima calidad como es nuestro aceite de oliva virgen extra, concienciando a nuestros consumidores de la importancia que tiene una buena alimentación para nuestra salud

cen las autoridades administrativas y sanitarias, para evitar los contagios, y que no escatimemos en tomar todas las precauciones necesarias, ya que es la única forma que tenemos de garantizar que nuestro fruto pueda ser recogido y que la campaña del olivar siga el curso natural de cada año. Si dichos contagios se dispararan en nuestros trabajadores, supondría un riesgo demasiado elevado, que debemos evitar a toda costa.

**Desgraciadamente y tras esta importante crisis sanitaria viene otra no menos grave, de carácter económico. ¿Ve al sector olivarero nacional preparado para afrontar los retos que se presentan?**

Es cierto, que debemos prepararnos para la crisis económica que estamos sufriendo, mucho más agudizada en otros sectores, como por ejemplo el turismo y servicios, que está siendo catastrófico. En nuestro sector, en un primer momento de la crisis sanitaria y debido al confinamiento, las familias han cocinado más en casa, y ello ha contribuido, a que no se haya visto demasiado afec-

tado. Pero como siempre ocurre, la crisis llega a todos los sectores y que la economía de las familias se esté viendo afectada, provoca que prescindan de ciertos productos y que busquen alternativas más económicas aunque sean menos saludables.

Nuestro reto, por tanto, es intentar mantener el consumo de productos de máxima calidad como es el nuestro, concienciando a nuestros consumidores de la importancia que tiene una buena alimentación para nuestra salud, y por supuesto, como ya hemos comentado, es imprescindible que hagamos un esfuerzo por mantener esa máxima calidad con la que podamos

**“A las administraciones públicas, les pediría que sopesen la importancia del olivar en nuestra tierra y el impacto económico y social que supone para nuestro país”**

defender el precio de nuestro aceite de oliva virgen extra.

**Ante el reto de la nueva PAC ¿Qué le pediría a las administraciones públicas para proteger un cultivo tan importante como el olivar?**

Nuestro sector que durante el principio de la pandemia se ha considerado como imprescindible y que todos los agricultores lo hemos dado todo para abastecer el mercado de alimento y para desinfectar nuestras poblaciones, y que estén desarrollando una PAC tan perjudicial para campo Español, en concreto para el campo Andaluz, es inadmisible.

Por ello a las administraciones públicas, les pediría que sopesen la importancia del olivar en nuestra tierra y el impacto económico y social que supone para nuestro país, y sobre todo para Andalucía, y que luchen por lo nuestro, y cuando me refiero a lo nuestro, no me refiero solo a nuestro olivar, sino a nuestra tierra, nuestra economía y a la cantidad de familias que dependen de este cultivo.



## Nuestra D.O., modelo de referencia en los cursos de verano de la UNIA

Moisés Caballero, Secretario de la Denominación de Origen Estepa, fue el encargado de exponer el modelo de éxito implantado en la entidad para el control de la calidad

**L**a Denominación de Origen Protegida Estepa, como uno de los referentes más importantes en materia de certificación de la calidad de un aceite de oliva virgen extra, participó en los Cursos de Verano de la Universidad Internacional de Andalucía (UNIA).



Moisés Caballero Páez, Secretario de la D.O. Estepa, intervino en el curso "Certificación de la calidad y sus estrategias comerciales en el sector agroalimentario andaluz". Junto a otros profesionales, como

D.O.P. Aceituna Aloreña de Málaga y D.O.P. Montilla Moriles, habló de los procesos que se deben llevar a cabo para conseguir ciertas certificaciones durante la mesa redonda "Funcionamiento del sistema de

certificación de la calidad agroalimentaria. Controles oficiales".

Dicha mesa redonda se celebró dentro del segundo bloque de las ponencias, relacionado con el reconocimiento y funcionamiento interno de las figuras de la calidad diferenciada, entre las que la Denominación de Origen Estepa es un referente, así como la gestión del control de calidad.

El objetivo general de estos cursos de verano es exponer la importancia de los productos de calidad.

## La D.O.Estepa y la Fundación Caja Rural del Sur apuestan por la sostenibilidad

Ambas entidades renuevan un año más su acuerdo para impulsar proyectos de investigación vinculados a la sostenibilidad del olivar y consolidar a la Comarca de Estepa y Puente Genil como referencia de una olivicultura responsable con el entorno.

**L**a Denominación de Origen Estepa y la Fundación Caja Rural del Sur renuevan, un año más, su acuerdo para impulsar proyectos de investigación vinculados a la sostenibilidad del olivar y consolidar a la Comarca de Estepa y Puente Genil como referencia de una olivicultura responsable con el entorno.

consolidación de un proyecto de enorme éxito como es la Cátedra de Olivaricultura José Humanes y la reedición de grandes obras vinculadas a la olivicultura como El arte de cultivar el olivar y Tratados de Elaiotecnia".

"tienen un fuerte compromiso con el olivar y la sostenibilidad, de ahí el potente vínculo que ha existido entre ambas desde el nacimiento de la D.O. Estepa".



Según afirma José María Loring Lasa, presidente de la D.O. Estepa, el objetivo es "seguir impulsando la cultura del olivar y el aceite de oliva virgen extra, a través de la

El convenio se ha firmado en Sevilla y ratifica una colaboración que lleva en vigor desde el 2004. Loring Lasa asegura que ambas entidades

José María Loring, Presidente de la Denominación de Origen Estepa, y José Luis García-Palacios Álvarez, Presidente de la Fundación Caja Rural del Sur, fueron los encargados de sellar el acuerdo.

## La D.O.Estepa se lanza a la conquista de las redes sociales para dar a conocer los aceites del territorio

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa, consciente de la importancia del entorno digital, especialmente en estos meses en los que la situación sanitaria ha impulsado de forma exponencial el uso de internet y las redes sociales, llevó a cabo en los meses de Junio y Julio diferentes campañas con el objetivo de aumentar el conocimiento del aceite de oliva virgen extra de la comarca de Estepa y Puente Genil en nuestro país.

Las campañas emplearon principalmente como soporte Facebook e Instagram, aunque también se realizaron acciones de Branded Content en portales de gran audiencia como www.cuidateplus.marca.com

En redes sociales se lanzaron diferentes campañas, con enfoques y objetivos diferentes, ya que las nuevas formas de comunicación permiten, entre otros factores, una gran segmentación de público,

tanto a nivel geográfico como por intereses. Por un lado, se lanzó una campaña dirigida a la Comarca de Estepa y Puente Genil, con el objetivo de ganar seguidores en las redes. En paralelo, la Denominación de Origen Estepa buscó también llegar con artículos de interés a los habitantes de Sevilla, para que reconozcan a la entidad como la única D.O. de la provincia, y finalmente se publicaron anuncios para captar personas de toda España interesadas en el AOVE.

Denominación de Origen Estepa Publicidad • Denominación de Origen Estepa Uno de los aceites más premiados del mundo sale del olivar que te rodea ¡Siente orgullo de tu tierra y de tu aceite!

Denominación de Origen Estepa Publicidad • Denominación de Origen Estepa Orgullosos de nuestro aceite. Orgullosos de lo que nos une.

Denominación de Origen Estepa Publicidad • Denominación de Origen Estepa ¿Sabes que la D.O. + exigente del Mundo es de Sevilla?

DOESTEPA.ES La D.O. más exigente Los más exigentes en calidad, so...

TERRITORIO

Denominación de Origen Estepa Publicidad • Denominación de Origen Estepa Nos importa tu salud. Por eso somos la Denominación de Origen que le exige a sus aceites una mayor riqueza en antioxidantes.

Denominación de Origen Estepa Publicidad • Denominación de Origen Estepa ¿Sabes que la D.O. + exigente del Mundo es de Sevilla?

DOESTEPA.ES La D.O. más exigente Los más exigentes en calidad, so...

SEVILLA

Denominación de Origen Estepa Publicidad • Denominación de Origen Estepa Nos importa tu salud. Por eso somos la Denominación de Origen que le exige a sus aceites una mayor riqueza en antioxidantes.

Denominación de Origen Estepa Publicidad • Denominación de Origen Estepa Los + exigentes, por tu salud Descubre porqué

DOESTEPA.ES Un AOVE por tu salud Nuestro aceite de oliva virgen ex... Más información

Más información

NACIONAL

La campaña dirigida a los habitantes de nuestro territorio perseguía que las personas de cada pueblo se sintieran orgullosas de su aceite.

Con los habitantes de Sevilla se buscó que conocieran el tesoro que tienen en la provincia, uno de los mejores aceites del mundo.

A nivel nacional se usó una estrategia informativa, con artículos de interés, y también publicitaria con el argumento de la exigencia.



## Oleoestepa impulsa la formación de sus maestros

La entidad celebra el curso de Maestros de Almazara organizado por IFAPA y Cooperativas Agroalimentarias

**O**leoestepa celebró el pasado mes de julio el curso de Maestros de Almazara organizado por IFAPA y Cooperativas Agroalimentarias, y promovido por Oleoestepa SCA.

Su acto inaugural contó con la participación de María Isabel Solís Benjumea, Delegada Territorial de Sevilla, José Luis Aragón Fuentes, Vicepresidente de Oleoestepa, Enrique Sanz Cepeda, Director Gerente de Cooperativas Agroalimentarias Sevilla, y José Cara González, Presidente del IFAPA.

La delegada territorial de Agricultura y Medio Ambiente, María Isabel Solís Benjumea, destacó durante la inauguración de este curso "la importante apuesta de la Junta de Andalucía por la investigación y la formación a través de iniciativas como ésta y que los avances obtenidos benefician a toda la sociedad".

El vicepresidente de Oleoestepa SCA, José Luis Aragón Fuentes, resaltó la apuesta clara de esta co-

operativa de segundo grado por la calidad, desarrollando un proyecto formativo pionero en 1993 para la mejora de la calidad del aceite de oliva en esta comarca. "Desde entonces la formación continua de nuestro personal técnico ha sido un elemento clave para lograr campaña tras campaña uno de los mejores aceites de oliva vírgenes extra del mundo", manifestó durante el acto de inauguración.

El curso estaba dirigido a los maestros de almazaras de la comarca de Estepa y Puente Genil, y estaba encuadrado en el programa de especialización de producción de aceite de oliva virgen extra de calidad, como respuesta a la importancia que tiene la formación del personal que integra las almazaras del territorio. De hecho, en ambas zonas la variedad hojiblanca es mayoritaria, y cuentan con la certificación de Producción Integrada.

La integración de esta nueva cooperativa a Oleoestepa SCA supone un paso más en el desarrollo y consolidación del proyecto cooperativo de segundo grado del que ya forman parte diecisiete cooperativas, ampliando su capacidad productiva a una media de 35.000 toneladas de aceite y sobrepasando las 54.500 hectáreas de olivar.



## Agrojara se une al proyecto Oleoestepa

**L**a cooperativa Agrojara SCA ha aprobado su integración en la cooperativa Oleoestepa SCA a partir de la campaña oleícola 2020-21.

Agrojara SCA es una cooperativa que nace en el 2012 tras la fusión de las dos cooperativas del municipio Martín de la Jara (Sevilla), uniendo las dos actividades oleícolas: elaboración de aceite de oliva y el aderezo de aceituna de mesa. Sus 450 socios cultivan un área de unas 2.800 hectáreas de olivar, lo que supone una producción media de un millón de kilos de aceite de oliva.

La actividad oleícola de esta cooperativa se desarrolla principalmente en el término municipal de Martín de la Jara, en la provincia de Sevilla, limítrofe al territorio de la comarca del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa, y con mucha similitud con las características y prácticas agronómicas de la comarca amparada. De hecho, en ambas zonas la variedad hojiblanca es mayoritaria, y cuentan con la certificación de Producción Integrada.

La integración de esta nueva cooperativa a Oleoestepa SCA supone un paso más en el desarrollo y consolidación del proyecto cooperativo de segundo grado del que ya forman parte diecisiete cooperativas, ampliando su capacidad productiva a una media de 35.000 toneladas de aceite y sobrepasando las 54.500 hectáreas de olivar.



## Japón reconoce la calidad de nuestros aceites

**Y**a son siete los años consecutivos en los que Oleoestepa ha visto reconocida su calidad en Olive Japan, uno de los concursos más prestigiosos del mundo

**E**l jurado del Concurso Internacional Olive Japan 2020 ha reconocido la calidad de los tres aceites de oliva virgen extra presentados por Oleoestepa al prestigioso galardón.

Las dos referencias de la línea gourmet de Oleoestepa S.C.A., **Estepa Virgen**, experta selección de todas las variedades de aceitunas cultivadas en nuestra Comarca olivarera, recolectadas de forma extra temprana en los primeros días del mes de noviembre, cuando la aceituna está en verano, y **Egregio**, aceite de oliva virgen extra premium procedente de aceitunas de olivares ecológicos, principalmente de la variedad hojiblanca y picual, han

obtenido medalla de oro en Olive Japan 2020. Por su parte, el aceite de oliva virgen extra **Oleoestepa Ecológico** ha recibido una meritoria medalla de plata.

Olive Japan es la más importante competición del mercado de oriente, dándose una participación de más de 600 aceites de oliva virgen extra procedentes de todo el mundo en esta octava edición. Con estos premios son siete los años consecutivos en los que aceites de oliva virgen extra producidos por Oleoestepa han visto reconocida su alta calidad por la Asociación de Sommelier de Aceite de Oliva de Japón, responsable de la organización de este concurso internacional.



## Rosada en salsa de piñones



### INGREDIENTES:

- 1 Kg. de rosada en lomos
- 80 g. de piñones
- 4 Rebanadas de pan
- 1 Diente de ajo
- 1/2 Vaso de vino blanco
- AOVE "Arbequino Oleoestepa"
- Perejil y sal

**PREPARACIÓN:** En una cazuela o sartén se colocan los lomos de rosada cortados en trozos medianos; se le pone un dedo de agua y un poco de aceite de oliva virgen extra y se pone a cocer 4 o 5 minutos. Depositamos en un mortero los piñones tostados, las rebanadas de pan tostadas, un poco de perejil, el vino blanco y un poco de sal. Se machaca todo hasta conseguir una pasta muy fina que se echa en la cazuela, desliéndola con cuidado en el caldo para que no se rompan los trozos de rosada; se calienta y listo para comer.

## Pierna de cordero al horno



### INGREDIENTES:

- 1,5 kg. de pierna de cordero
- 200 g. de panceta fresca
- Romero, tomillo y sal
- AOVE "Oleoestepa Selección"
- 2 Manzanas

**PREPARACIÓN:** Se limpia la pierna de cordero muy bien de grasa y se le coloca por encima unas tiras de panceta muy finas y delgadas; se atan con hilo un poco grueso para que no se queme y se coloca sobre todo esto romero y tomillo, con un toque de sal (el romero y el tomillo se desmenuzan y se aprietan con la mano). Se pone el horno a 180ºgrados, se coloca la pierna de cordero sobre la rejilla del horno y debajo de ésta una bandeja un poco profunda, en la que se pone un vaso de agua; si se consume el agua se le pone más.

Colocamos las dos manzanas junto a la pierna de cordero (las manzanas en 10 o 15 minutos estarán listas, las sacamos del horno y se reservan). El tiempo aproximado de cocción es de 30-35 minutos por cada lado, no obstante, se pincha con una aguja y si el jugo que sale es blanco la pierna ya está hecha. Se presenta en una bandeja rociada con el jugo que ha quedado en el agua, y si está demasiado claro se reduce en una cacerola hasta coger el espesor deseado y colocamos las manzanas en los lados.

¿Pagas  
mucho  
por  
tu  
hipoteca?



Da el salto  
hacia una  
**hipoteca**  
**mejor**

**Pásate a Caja Rural del Sur**



*Le más  
natural*

Dale fuerza al plato con Olivestepa.  
Un aceite de oliva Virgen Extra  
extra virgen, con benéficos en la salud y a  
portada de los propios ingredientes.  
Tomate, cebolla y aceite de oliva.

[olivestepa.com](http://olivestepa.com)

