

GRACIAS

Los agricultores, junto a otros colectivos, han mostrado su presencia fundamental en nuestra sociedad, abasteciendo al mercado de alimentos y volcándose en iniciativas solidarias durante la crisis del COVID-19



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 REALIZAR PARA MEJORAR LA PUBLICACIÓN

Puedes escribirnos a...

- 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

- Si quieres estar al día de todas nuestras actividades y conocerlas 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

“Hay que unirse no para estar juntos sino para hacer algo juntos”.

Juan Donoso Cortés

Nuevo número de Frutado Intenso, un número especial por las circunstancias que atraviesa nuestro país y el mundo en general. Son momentos para el duelo, en el recuerdo un cariñoso abrazo a la familia de D. Antonio Rodríguez García presidente de la Coop. Ntra Sra de la Paz de Estepa que desgraciadamente esta pandemia se llevó. Tiempos como indicamos para la reflexión serena, individual y colectiva. Períodos de diseño de nuevos objetivos, estrategias ó oportunidades.

Y si terrible es la crisis sanitaria que vivimos todos los expertos economistas, analistas financieros, políticos, etc., señalan la llegada de una brutal crisis económica.

Evidentemente nuestro sector no es ajeno a esta situación. La consabida disminución de las rentas de los consumidores, fruto de esta crisis va a producir o ya está produciendo, una tendencia clara, y es que el consumidor busca ya marcas más baratas, marcas blancas o de la distribución, y en nuestro caso y así lo demuestran y reflejan las crisis pasadas aceites sustitutivos al nuestro, al Virgen Extra, llámese Oliva, Refinados o Aceites de otras plantas.

Sí a ello unimos la crisis del sector turístico, con la hostelería a la cabeza que deja de consumir y, las ya evidentes pérdidas del mercado norteamericano, el panorama es poco alentador.

Pero el escenario puede agravarse y este empeoramiento, más estructural que coyuntural viene de la mano de las nuevas plantaciones que, si bien la brutal caída de precios de la campaña pasada ha frenado un poco el crecimiento de estas nuevas explotaciones, es muy importante recordar que en estos últimos 15 años se han plantado 1,65 millones de hectáreas de olivar nuevo y que un 7% de la superficie de olivar mundial ya se cultiva en super-intensivo - seto.

Explotaciones con unos marcos de plantación y unos costes de recogida y transformación enormemente competitivos en escenarios incluso tan poco favorables como el actual.

Y he aquí la cuestión, en un panorama como el actual, con una coyuntura donde la producción va creciendo a una velocidad mayor que el consumo, donde el desequilibrio y la cadena se está rompiendo y especialmente por los eslabones más débiles.

¿Qué tenemos previsto hacer?



4/MERCADO



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

10/ENTREVISTA



Alfredo García Raya, Presidente de Oleoestepa S.C.A., realiza un balance de su gestión

16/TALLERES SALUDABLES

Este año se celebró la primera edición del proyecto “Saludables”, una iniciativa con la que la D.O.Estepa ha querido fomentar hábitos saludables en el territorio

18/EMBAJADORES

Se pone en marcha un proyecto creado especialmente para alumnos de las primeras etapas educativas, con el objetivo de que conozcan la importancia del olivar y el aceite en el territorio

20/NUEVA PLANTA INDUSTRIAL DE OLEOESTEPA

La entidad inaugura una nueva planta con una capacidad acorde a los crecimientos proyectados en un futuro a medio plazo.

24/CAMPAÑA EN MEDIOS

La Denominación de Origen Estepa lanza una importante campaña en medios para consolidarse como referente del sector

26/NOTICIAS

Entidades amparadas por la D.O.Estepa llevan a cabo acciones solidarias ante la situación creada por el COVID-19



Oleoestepa cumple 34 años en un escenario difícil para el sector del aceite de oliva

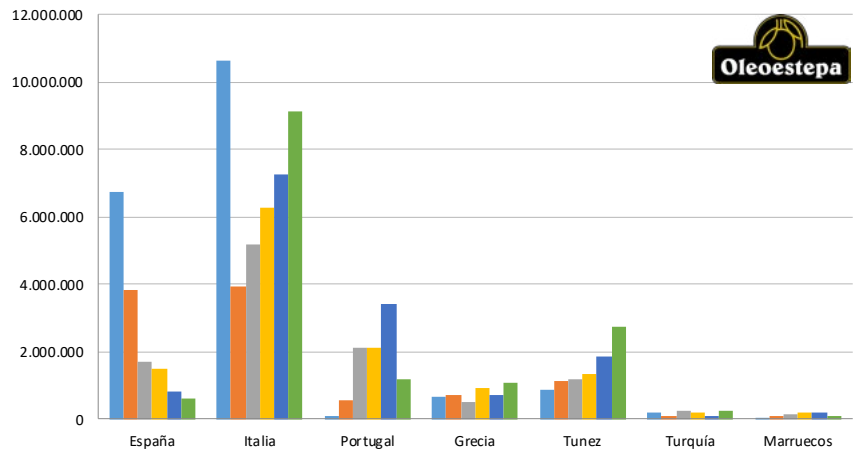
Álvaro Olavarría analiza la complicada situación actual del sector del aceite de oliva y muestra la posición de fortaleza con la que Oleoestepa, con 34 años recién cumplidos, afronta esta panorama

En el anterior número de Frutado Intenso ya decíamos que el 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.

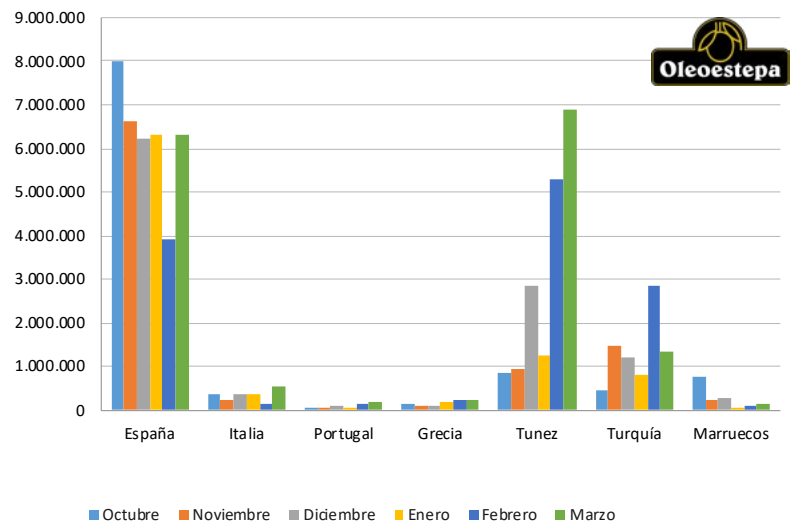
Precisamente en una situación que requiere potenciar las exportaciones de aceite de oliva español, en un mercado tan importante como el de Estados Unidos de América, tercero en consumo a nivel mundial de nuestro aceite vegetal, la estrategia política de su Presidente Donald Trump "América first" (América primero), lo lleva a una guerra comercial con las principales potencias mundiales, China, Rusia y la Unión Europea. En el ajuste de cuentas con la UE pide compensar las ayudas recibidas por la compañía europea Airbus que afecta a la americana Boeing por valor superior a los 7.500 M de \$. La Organización Mundial del Comercio da la razón a EEUU y desde el 18 de octubre de 2019 una extensa lista de productos europeos se ven afectados por aranceles a su entrada en este país hasta sumar con esta recaudación el montante referido. En 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.

En los primeros seis meses de esta guerra de aranceles contra los aceites españoles, periodo octubre 2019 a marzo de 2020, España ha perdido ventas envasadas a Estados Unidos superiores a 17 millones de litros

Importaciones AO envasado EEUU mes y origen oct19-mar20



Importaciones AO granel EEUU mes y origen oct19-mar20



En los primeros seis meses de esta guerra de aranceles contra los aceites españoles, periodo octubre 2019 a marzo de 2020, España ha perdido ventas envasadas a Esta-

dos Unidos superiores a 17 millones de litros (-53% vs semestre octubre 2018 a marzo 2019). De una media mensual en torno a 5,5 millones de litros de aceites de oliva envasados que exportábamos a este país, el último dato para el mes de marzo de 2020 cae hasta sólo 0,598 millones litros (-92% vs marzo 2019). Los grandes beneficiados por esta medida han sido los aceites italianos, portugueses y tunecinos.

Afortunadamente las ventas a granel de aceites españoles a EEUU, al no estar afectados por aranceles, no sólo no se han visto perjudicadas

sino que han crecido un +15,80 % en este periodo del primer semestre.

Una de las consecuencias de esta medida, y que decíamos sucede en cascada, es el aumento de las importaciones de aceites por parte de los operadores españoles. Para atender el mercado de EEUU sin verse afectado por los aranceles los aceites envasados por nuestras industrias proceden mayoritariamente de 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.

Estas importaciones de Túnez se hacen en régimen de perfeccionamiento activo o en el cupo del contingente, ambos exentos de aranceles. Las cifras globales importadas de diferentes orígenes en esta campaña hasta el mes de abril suman 147.470 Tm., sólo en el mes de marzo récord de 31.740 Tm. y podemos asegurar que al finalizar la campaña habremos batido un nuevo récord de cantidades totales importadas en España.

Con estas altas cifras de importaciones y a la vista de las ventas envasadas de España a EEUU de media 60.000 Tm. anuales, concluimos que la razón que justifican estas importaciones son el precio más competitivo y no sólo el problema puntual de los aranceles. Del total de las importaciones de aceites de oliva que se viene haciendo en los últimos años rondando las 150.000 Tm., 1/3 procede de Portugal, 1/3 de Túnez y el resto de diferentes países en su mayoría no pertenecientes a la UE. Ahora se abre un debate para reforzar el principio de preferencia comunitaria que tiene una difícil solución y del que hablaremos en otro número de Frutado Intenso.

Ante este escenario los oleicultores españoles piden soluciones a las diferentes administraciones públicas. Se han licitado en esta campaña 4 convocatorias de almacenamiento privado que han retirado temporalmente 213.000 Tm de aceite de oliva en la UE. La medida recuperó unas semanas los precios en origen para la calidad lampante en la línea de 1.800 €/Tm. y finalmente volverse a desplomar hasta los 1.650 €/Tm. El precio de referencia de

Las expectativas de cosecha para la nueva campaña 2020/2021 en España son muy buenas y dan argumento en la negociación con Bruselas para poder retirar buena parte de estos stocks mediante los contratos de almacenamiento privado.

Existencias de Aceite de Oliva							Salidas					
€/Tm./lampante	Fecha	Almazaras	PCO	Envasadora	T.Existencias	T.Salidas	Producción/mes	Totales	Importacion	Acumulada	Media Acumulada	Interanual
1,9201 €	oct-19	434,20	26,10	192,50	652,80	155,63	42,90		10,20	155,63	155,63	132,61
1,8466 €	nov-19	465,60	26,97	213,20	705,77	133,02	170,00		16,00	288,66	144,33	133,87
1,7224 €	dic-19	781,20	40,03	248,90	1070,13	120,34	457,80		26,90	409,00	136,33	134,40
1,6888 €	ene-20	945,20	67,45	285,40	1298,05	119,88	332,90		14,90	528,88	132,22	133,14
1,7398 €	feb-20	927,10	70,48	303,90	1301,48	116,59	100,80		19,23	645,47	129,09	131,61
1,7334 €	mar-20	820,50	69,06	296,30	1185,86	159,46	12,10		31,74	804,94	134,16	133,23
1,6862 €	abr-20	729,71	65,56	296,87	1092,14	124,32	2,10		28,50	929,26	132,75	132,58
							Producción	1118,60				
							Importación	147,47				
							Disponibilidades	1918,86				
4,0649 €	Máxima	1157,9	178,7	303,9	1529,2	159,5	689,4		31,7	1634,3	155,6	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. Datos: 30 de Abril AICA



activación de los contratos de almacenamiento privado para la calidad lampante es de 1.527,00 €/Tm. Ahora vuelven al mercado las cantidades de los contratos de noviembre una vez transcurridos los 180 días. Una de las medidas solicitadas al Ministerio de Agricultura para su traslado a Bruselas es prorrogar los contratos para no sacar los aceites en este momento tan delicado.

De continuar en España las salidas de aceite mensuales próximas a las 130.000 Tm., consumo interior y exportaciones, llegaríamos a primeros de noviembre con un stock de enlace de campaña entre 375.000 Tm a 400.000 Tm., dependiendo también de las importaciones que pudieran finalmente alcanzarse. Las expectativas de cosecha para la nueva campaña 2020/2021 en España son muy buenas y dan argumento en la negociación con Bruselas para poder retirar buena parte de estos stocks mediante los contratos de almacenamiento privado.

De implementación inmediata se pide al Ministerio se ultime el proyecto de trazabilidad de los aceites para disponer de un balance de masas y calidades. Este proyecto está liderado por la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero y está muy avanzado. Este sistema daría transparencia al sector y ayudaría las labores de inspección.

A más largo plazo nuevamente se pone sobre la mesa medidas en la revisión del nuevo marco de la PAC 2021/2027 para la autorregulación del sector. En concreto ya se cuenta con apoyo del Parlamento Europeo y de la Comisión para que el artículo 167 de la OCM se pueda aplicar, al igual que al vino, al aceite de oliva. Esta medida permitiría al Estado miembro, sin esperar a Bruselas,

Producción aceite de oliva mediterráneo y stock final España				
			Provisional	
	2018-2019	65,86 %	2019-2020	53,22 %
España	1.789.900	57,05 %	1.120.000	33,62 %
Stock 31 Octubre España	276.500	8,81 %	652.796	19,60 %
Italia	175.000	5,58 %	363.501	10,91 %
Grecia	185.000	5,90 %	274.970	8,25 %
Tunez	120.000	3,82 %	300.000	9,01 %
Turquía	190.000	6,06 %	225.000	6,75 %
Marruecos	200.000	6,37 %	145.000	4,35 %
Portugal	101.000	3,22 %	130.000	3,90 %
Siria	100.000	3,19 %	120.000	3,60 %
Tm. aceite oliva	3.137.400	100,00 %	3.331.267	100,00 %

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

La aplicación de algunos de los artículos del Real Decreto 5/2020 de 25 de febrero es imposible y de efecto muy perjudicial precisamente para las explotaciones de olivar menos competitivas en años de bajos precios como éste.

establecer normas de comercialización para regular la oferta.

Un nuevo problema con el que nos encontramos en plena efervescencia de las movilizaciones del campo ha sido la publicación del Real Decreto 5/2020 de 25 de febrero, por el que se adoptan determinadas medidas urgentes en materia de agricultura y alimentación. Se trata de unas modificaciones de la Ley 12/2013 de la Cadena Alimentaria que no la mejora. La aplicación

de algunos de sus artículos es imposible y de efecto muy perjudicial precisamente para las explotaciones de olivar menos competitivas en años de bajos precios como este. Obligar en los contratos a contener "Indicación expresa de que el precio pactado entre el productor primario agrario, ganadero, pesquero o forestal o una agrupación de los mismos y su primer comprador cubre los costes de producción", dejará a muchos olivareros sin poder vender sus aceites.

		ABRIL	
	Variación	19/20	18/19
ALMERIA	129,6 %	15.520	11.978
CADIZ	66,3 %	8.250	12.446
CORDOBA	53,4 %	195.143	365.167
GRANADA	74,7 %	119.203	159.655
HUELVA	76,8 %	7.232	9.415
JAEN	59,5 %	395.972	664.985
MALAGA	63,4 %	54.844	86.497
SEVILLA	66,6 %	99.573	149.576
ANDALUCIA	61,4 %	895.737	1.459.719
RESTO ESPAÑA	67,5 %	222.811	330.181
Producción España	62,5 %	1.118.548	1.789.900
Stock inicial	228,5 %	607.866	266.066
Importaciones	140,0 %	200.000	142.900
Total disponible	87,6 %	1.926.414	2.198.866
Consumo interno	96,7 %	533.000	551.000
Exportación	97,5 %	1.014.000	1.040.000
Total salidas	97,2 %	1.547.000	1.591.000
Stock final	62,4 %	379.414	607.866

Balance oleícola estimado para España 2019/2020
Proyección estimada de Oleoestepa 19-20 a partir de los datos AICA 30 de abril.

En España hay tantos costes diferentes de producción de un kg de aceite como explotaciones olivares.

Con todo esto sucediendo en el sector del aceite de oliva, hace ahora 34 años, el martes 29 de abril de 1.986 se reunían en Estepa los representantes de 11 Sociedades Agrarias de Transformación, 2 Cooperativas y 1 Comunidad de Bienes, todas ellas olivares y con almazaras, para constituir la S.A.T. Oleoestepa. Las mas de 25.000 hectáreas de olivar que se unían a esta iniciativa se encontraban en los municipios de la

Comarca de Estepa, propiedad de 3.000 olivares y apenas producían 10.000 Tm de aceite de oliva a las que habría que sumar las producciones destinadas a la incipiente actividad de aceituna de mesa.

El 1 de enero de ese mismo año se hizo efectiva la entrada de España en la Comunidad Económica Europea, la actual UE. Era necesario disponer de estructuras administrativas, denominadas Organizaciones de Productores Reconocidas, para tramitación de las ayudas europeas a la producción de aceite de oliva que percibirían los olivares. Este fue el acicate para animar al movimiento asociativo, aunque en el caso de Oleoestepa se supo aprovechar el impulso para solicitar a las administraciones públicas igualmente la calificación como Agrupación de Productores de Aceitunas para Almazara y comprometerse a comercializar conjuntamente las producciones de aceite de oliva de estas catorce almazaras asociadas. Todo un reto para aquella época y entidades que apenas contaban, las más veteranas, con 25 ó 30 años de andadura como grupos sindicales de colonización para llevar a cabo la primera transformación, la molturación conjunta de sus aceitunas. Suponía confiar el gobierno de la actividad comercial a una entidad de segundo grado en un momento trascendente para la agricultura española que se abría a un mercado de mas de 300 millones de consumidores europeos de enormes oportunidades. España producía entonces una media de 500.000 Tm de aceite de oliva en una superficie de olivar de 1.890.000 hectáreas que renacían del plan de reconversión y reestructuración productiva del olivar de la década de los 70, con unas exportaciones que rondaban las 100.000

Hace 34 años, se reunían en Estepa los representantes de 11 Sociedades Agrarias de Transformación, 2 Cooperativas y 1 Comunidad de Bienes, todas ellas olivares y con almazaras, para constituir la S.A.T. Oleoestepa.

Tm., el resto de la producción de aceite se destinaba al consumo interior.

El aceite de oliva se vendía entonces con una básica regulación técnica en la que el parámetro de la acidez era el principal criterio para fijación de los precios en origen. La apertura del mercado europeo para los aceites españoles que se comenzaba a beneficiar de ayudas a la producción, contaba con un precio indicativo de referencia y una intervención para posibles excedentes, impulsó el cultivo del olivar con un crecimiento de mas de 250.000 hectáreas nuevas y sobrepasó por primera vez 1.000.000



de Tm de aceite de oliva, todo ello en sólo 10 años desde la entrada en la CEE.

Desde entonces en España no ha dejado de crecer la superficie de olivar (+45%), que el año 2019 ha cerrado la estadística con 2.733.620 hectáreas (Esrce) y con una producción que en la campaña 2018/2019 obtuvo nuevo récord de 1.789.900 Tm de aceite de oliva, el 60% de la producción mundial. Nos encontramos ante un sector que atraviesa una profunda crisis con varios frentes por resolver: importante desequilibrio en la cadena de valor, excedentes en España que amenazan con convertirse en estructurales, falta de competitividad y precios en origen en la mayoría del olivar tradicional inferiores a los costes de producción, desencuentro para normalizar estándares de calidad internacional, dificultad para aumento del consumo, nula apuesta promocional internacional, pocos recursos para el control del fraude, banalización del mejor aceite vegetal.

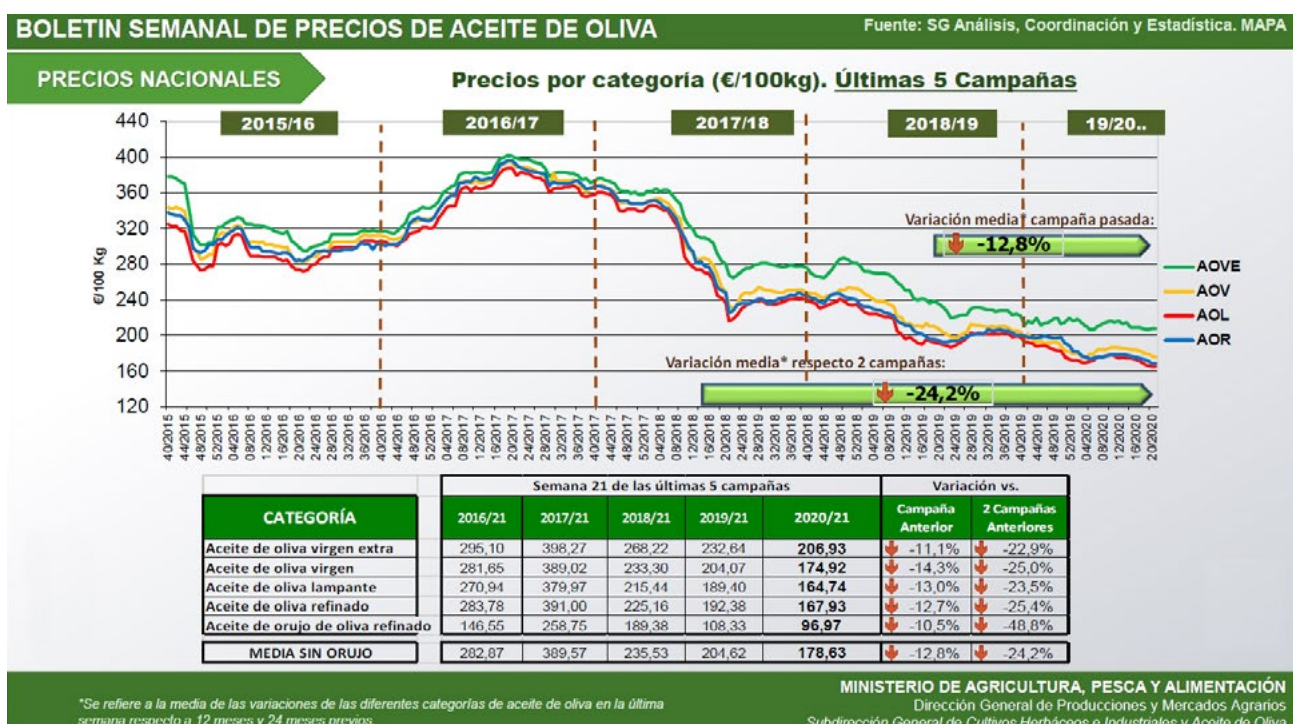
Oleoestepa está preparada para afrontar todos estos retos y en permanente alerta para anticiparse con las decisiones que sean necesarias para defender los intereses de nuestros olivareros

La constitución de Oleoestepa en aquella época de entrada en la CEE fue muy acertada y oportuna para los intereses de sus olivareros. Ahora vivimos nuevamente tiempos difíciles que requieren de empresas preparadas y bien dimensionadas para hacer frente a los retos que he detallado en el olivar y otros muchos que surgirán en un mundo permanentemente en continuos cambios, véase efectos covid-19.

Oleoestepa hoy dispone de 17 almazaras cooperativas asociadas donde se reciben las cosechas de sus 5.500 olivareros propietarios de 55.000 hectáreas de olivar cultivado con técnicas de producción integrada que producen una media

de 35.000 Tm de aceite de oliva y cosecha punta de 53.000 Tm de aceite de oliva. Se dispone de un elenco de profesionales repartidos entre sus olivares, almazaras, laboratorios, planta industrial, comercio, logística, marketing, I+D+i, etc., que junto a las máximas acreditaciones avalan el saber hacer posicionando a Oleoestepa como referente internacional indiscutible de los aceites de oliva vírgenes extras de alta calidad.

Tenemos hoy una empresa preparada para afrontar todos estos retos y en permanente alerta para anticiparse con las decisiones que sean necesarias para defender los intereses de nuestros olivareros.



Alfredo García Raya

Presidente de Oleoestepa S.C.A.

Nuestro sector olivarero y en general todo el sector primario ha estado a la altura de las circunstancias que se le podrían exigir ante un estado de alarma

¿Qué balance hace de su gestión al frente de Oleoestepa?

Sin entrar en detalles, cosa que tendré la oportunidad de hacer más detenidamente a lo largo de esta entrevista, lo primero que me gustaría destacar de estos ocho años es la progresión ininterrumpida de Oleoestepa, tanto en sus aspectos cualitativos como cuantitativos. Y he querido subrayar la palabra progresión, pues a lo largo de mi presidencia Oleoestepa no ha hecho sino profundizar, crecer y desarrollar todo aquello que a lo largo de tantos años ha sido santo y seña de nuestra sociedad y que la ha distinguido del resto de empresas del sector prácticamente desde su creación, allá por el año 1986. Hay que entender que la presidencia de Oleoestepa no es una "presidencia ejecutiva", sino organizativa y fundamentalmente representativa, por tanto, la misión del presidente debe ser, amén de representarla ante las instituciones y dirigir las sesiones del Consejo Rector, la de facilitar y hacer todo lo posible para que el órgano de dirección cuente con los

mejores medios humanos y materiales que pueda darse y que le permitan desarrollar su función "ejecutiva" de la mejor manera posible. Todos hemos sido testigos de quiebras y fracasos importantes de sociedades cooperativas por un exceso de personalismo de su órgano de representación, dígase su Consejo y fundamentalmente su presidente y eso es algo que desde mi inicio como presidente de la entidad tenía muy claro que no me debía pasar. Hoy tenemos nuestra entidad en la cúspide de las empresas del sector del aceite de oliva, siendo una referencia nacional e internacional en aspectos como la calidad del producto, los servicios que presta a sus socios y a sus clientes y la seriedad y responsabilidad de todas sus actuaciones. Hemos

conseguido formar un equipo técnico, comercial y administrativo de primer nivel y todo ello bajo una magnífica dirección, para mí sin duda la mejor. Ese ha sido el objetivo buscado desde el inicio de mi presidencia y ese es el resultado. Mirado desde esa perspectiva, el balance de mi gestión al frente de Oleoestepa yo lo calificaría como muy positivo.

Un balance muy positivo al frente de Oleoestepa S.C.A.

Alfredo García Raya, Presidente de la entidad durante los últimos 8 años, destaca la progresión ininterrumpida que ha experimentado Oleoestepa, tanto en aspectos cuantitativos como cualitativos



¿Qué momentos destacaría de su etapa?

Dentro de la progresión a la que me he referido en el punto anterior y entrando más en detalles, destacaría el crecimiento experimentado a lo largo de estos años en cantidad, calidad y servicios.

En relación con la cantidad y tomando como referencia la media de las cuatro últimas campañas del periodo de referencia, hemos pasado de una media productiva de 23.000 Tm de aceite en los años anteriores a 2012, a 34.500 Tm de media, prácticamente un 50 % más, como media de las campañas 2015 a 2019, con puntas como la pasada campaña de más de 53.000 Tm de aceite producido.

En este incremento ha tenido mucho que ver no solo la mejora productiva que han llevado a cabo nuestros socios en sus explotaciones oliveras sino también la incorporación de nuevos socios a nuestras cooperativas bases y la derivación hacia entidades del grupo de Oleoestepa de mayor cantidad de aceitunas en los casos en que olivereros por propia estrategia empresarial son socios de cooperativas pertenecientes al grupo de Oleoestepa y de otras fuera de ese entorno. No debemos olvidar tampoco la integración en Oleoestepa, de

Las puertas de Oleoestepa están y deben estar siempre abiertas a aquellas entidades que conociéndonos y sabiendo cual es nuestra filosofía como empresa, estén dispuestas a aceptarla y asumirla en todas sus dimensiones y estrategias.

la S.C.A. San Juan Bautista, del término municipal de Villanueva de San Juan, siendo precisamente en este aspecto de la integración en el que los deberes han quedado más atrasados. Pese a haberse mantenido múltiples contactos con sociedades cooperativas de Sevilla y otras provincias andaluzas, estas conversaciones hasta ahora no han cristalizado en ningún otro acuerdo de integración, aunque está muy avanzada y pendiente de formalizar la integración de otra cooperativa de la comarca de la Sierra Sur, si bien la situación actual de pandemia han impedido la concreción y materialización de dicho acuerdo.

En cualquier caso las puertas de Oleoestepa están y deben estar siempre abiertas a aquellas entidades que conociéndonos y sabiendo cual es nuestra filosofía como empresa, estén dispuestas a aceptarla y asumirla en todas sus dimensiones y estrategias. Una entidad como la nuestra, la primera Entidad Asociativa Prioritaria reconocida en Andalucía no puede dejar de ser consecuente y congruente con la política de integración impulsada por las administraciones públicas.

En segundo lugar y respecto a la calidad de nuestros aceites poco cabe añadir a lo ya conocido por todos. Nuestros socios conocen y presumen de ello

Es de suma importancia disponer de una bodega externa a Oleoestepa, donde llegado el caso se pudieran situar esos posibles excedentes, retiradas del mercado por normas nacionales y/o europeas de obligado cumplimiento, etc.,,

en cuanto tienen la menor oportunidad de los niveles de calidad de nuestros aceites. Al margen de premios y reconocimientos públicos y privados, la O.C.U. se encarga cada cuatro o cinco años de dejar sentado el ranking de la calidad de las empresas aceiteras de nuestro país y en todos los análisis a lo largo de los últimos 20 años Oleoestepa no ha dejado de ocupar la primera posición en este ranking.

Por último y en lo que a servicios respecta, creo que es el capítulo en el que Oleoestepa más ha avanzado en estos últimos 8 años. Se han implementado nuevos departamentos comerciales con especial dedicación al sector de la exportación y así, de tener solo una persona dedicada a estos servicios a principios de 2012, hemos pasado a crear y dotar diferentes Áreas Manager centradas en la exportación y diferenciadas por sectores geográficos como es el Área de América (Norte y Sur), Mercado Asiático y Europa. Algunos de estos departamentos están muy consolidados y funcionando a pleno rendimiento y otros aún en proceso de consolidación, pero en conjunto el mercado exterior cada vez adquiere más peso en la comercialización de Oleoestepa y así lo acusa y muestra las cuentas de resultados consolidadas de la empresa.

En el sector de la comunicación, por primera vez en Oleoestepa se ha trabajado con un presupuesto finalista para llevar a cabo acciones de comercialización y de marketing. Esta nueva área creada ha dado una visión y dimensión más amplia a todas las acciones promocionales de Oleoestepa, haciendo que nuestra marca traspase las fronteras de la provincia y de la comunidad autónoma de

Andalucía. En combinación con los responsables del mercado nacional, que dicho sea de paso y aunque no haya supuesto nada de nueva creación está funcionando muy bien, se ha acometido la introducción en mercados selectos de la comunidad de Madrid, País Vasco, Galicia, Levante, etc., que sin el acompañamiento del área marketing hubieran resultado muy difícil de llevar a cabo. Clientes como la red de Paradores Nacionales de Turismo de España, o la empresa ADIF, que ha permitido que nuestro aceite acompañe en sus desayunos y almuerzos a los usuarios de la Alta Velocidad Española en sus viajes por todo nuestro país y la vecina Francia, habrían resultado imposible sin la implantación y el desarrollo de esta herramienta de mercado.

Igualmente se ha implementado un departamento de I+D+I que ha llevado a cabo y desarrollado numerosos proyectos en el campo de la investigación e innovación y cuyos resultados han sido muy beneficiosos, no solo para la entidad Oleoestepa sino también para sus 17 cooperativas integradas. De los proyectos acometidos destacaría la planta piloto de compostaje a partir de la hoja de la aceituna y alpeorrujo en Casariche, con unos resultados agroambientales y económicos muy satisfactorios y que servirán para que en un futuro inmediato esta experiencia se traslade a nuestras cooperativas con una dimensión mucho más amplia desde el punto de vista comercial y de servicios a sus socios. En este departamento se han desarrollado también otros proyectos en colaboración con diferentes universidades y empresas ajenas al sector, como ha sido la utilización de la hoja de la aceituna para la alimentación animal en colaboración con la empresa agroganadera COVAP y todo ello sin dejar de lado toda la gestión de ayudas y subvenciones derivadas de la política de la U.E. Y en este punto enlazo con lo que para mí ha sido el proyecto estrella de esta, llamémosle “última legislatura”, cual es la aprobación por el Consejo y la Asamblea General y posterior desarrollo del segundo Plan Estratégico de Oleoestepa.

Puedo decir sin temor a pecar de exagerado que con el Oleoestepa ha entrado en una nueva dimensión. Con la culminación de este proyecto se ha doblado la superficie dedicada a la planta industrial de Oleoestepa y se le ha dotado de unas



Alfredo García Raya, en el centro, recogiendo el premio al Mejor aceite de oliva virgen extra de la Provincia de Sevilla

nuevas líneas de envasado que en algunos casos y formatos multiplican casi por diez la capacidad que tenían anteriormente. La nueva dimensión, organización y aspecto es difícil explicar con palabras, por lo que desde aquí invito y animo a todos los socios de nuestras cooperativas a que en coordinación con el personal responsable de Oleoestepa visiten sus nuevas instalaciones, con la seguridad de que se verán gratamente sorprendidos y se sentirán muy orgullosos de pertenecer a nuestra entidad.

¿Cuáles son los retos que considera más importantes en los que debería trabajar la nueva presidencia de Oleoestepa?

Es fundamental no bajar la guardia. Lo que hemos conseguido hasta ahora siendo importante no es definitivo. En el sector del aceite de oliva hay cada vez más empresas que se han dado cuenta de que los mercados más importantes demandan aceites de máxima calidad, limpios de residuos y por descontado testados organolépticamente como AOVE y en consecuencia se están poniendo las pilas, por lo que competir en este mercado de la excelencia es cada vez más complicado y de ahí la necesidad de ampliar países y mercados donde situar nuestro producto.

En Oleoestepa es muy difícil que de un año para otro nos quede aceite por vender, sin embargo las producciones aumentan año tras año, tanto a nivel comarcal como provincial y nacional, por lo que hay que estar preparados para que si eso ocurre no tengamos que malvender ni una sola gota de

nuestros aceites. Por eso es de suma importancia disponer de una bodega externa a Oleoestepa, donde llegado el caso se pudieran situar esos posibles excedentes, retiradas del mercado por normas nacionales y/o europeas de obligado cumplimiento, etc., y de esta forma asegurarnos de que al inicio de cada campaña todas nuestras cooperativas socios dispondrán de la totalidad de su bodega vacía y limpia para el almacenamiento de los aceites de la nueva campaña, tras lo cual Oleoestepa ya se encargará de situar y vender, sin presiones añadidas por falta de almacenamiento, esos posibles excedentes de campaña. Este proyecto de la bodega externa ha sido ya aprobado por el Consejo Rector y la Asamblea General y si no se ha puesto aún en marcha ha sido porque queremos que se acoja a la nueva convocatoria de ayudas a las inversiones en activos productivos que está pendiente de publicarse. La subvención que en este nuevo marco de ayudas podemos alcanzar puede ser hasta el cuarenta por ciento de la inversión y tenemos que hacer todo lo posible para obtener el máximo de ayuda posible.

Otro aspecto que Oleoestepa no debe posponer por mucho tiempo es abrir una nueva tienda para el cliente minorista y detall. La tienda que actualmente existe es pequeña está mal ubicada y es muy incómoda tanto para el cliente como para las personas de Oleoestepa que la atienden. El ángulo que ofrece nuestro edificio y que ahora con la ampliación de la construcción hacia la autovía ha quedado aún más centrado, creo que sería el sitio ideal para situar el acceso a todas nuestras instalaciones y por supuesto a una nueva tienda bien

surtida y cómoda para nuestros clientes y vendedores. Eso conllevaría tener que buscar una nueva ubicación al laboratorio de aceites, pero tampoco a eso centro de trabajo le viene mal un cambio de aire y de dimensión.

Como olivarero comprometido ¿Qué le pediría a todos los olivareros del territorio para continuar el desarrollo del proyecto de Oleoestepa y, por ende, del sector olivarero de la comarca natural de Estepa y Puente Genil?

Esta cuestión la resumiría en dos palabras, confianza y responsabilidad. Somos en primer lugar empresarios olivareros y tenemos que hacer todo lo que esté en nuestras manos para obtener el mejor producto. Los servicios técnicos de nuestras cooperativas, sus técnicos Apis, sus gerentes, todos estudian y están preparados para servir y aconsejar a nuestros agricultores en su gestión agrícola diaria, a fin de obtener un producto sano, ausente de residuos tóxicos y en las mejores condiciones sanitarias y de recolección, a fin de obtener el acei-



En Oleoestepa, durante la pandemia sanitaria hemos trabajado más que nunca, turnos de trabajo ininterrumpidos durante las 24 horas han hecho posible que se hayan batido todos los récords de envasado y salidas mensuales de aceite.

te de olivar virgen extra que ya es característico de Oleoestepa, lo que el sector entiende como aceite tipo oleoestepa y que tan valorado es. Después, recordarles que somos cooperativistas, que hemos elegido esta forma de cooperación de forma libre y responsable y que por consiguiente tenemos la obligación ética y profesional de apoyar y cumplir lo que el término cooperativista significa y representa. Si ese apoyo ha de ser común en todas las circunstancias, que decir cuando la cooperativa que nos representa tiene la credibilidad y prestigio de nuestra Oleoestepa. Este punto yo lo resumiría con el refrán de "zapatero a tus zapatos". El agricultor recolectando el mejor fruto posible, la cooperativa socio utilizando todos sus recursos para obtener el mejor aceite del mercado y Oleoestepa analizando, clasificando, defendiendo y vendiendo el producto mejor que nadie. Si cumplimos con esta regla mínima y máxima el éxito estará asegurado.

Desgraciadamente y tras esta importante crisis sanitaria viene otra no menos grave de carácter económico. Desde el puesto que ha ocupado y con una perspectiva del sector, ¿Cómo ve al sector olivarero nacional?

La primera reflexión que cabe hacerse es que nuestro sector olivarero y en general todo el sector primario ha estado a la altura de las circunstancias que se le podrían exigir ante un estado de alarma como el que estamos atravesando y del que ya vamos vislumbrando su final. Cuando la mayoría de las empresas de otros sectores han tenido que cerrar y mandar a sus trabajadores al paro o al ERTE, la agricultura ha tenido que redoblar esfuerzos para atender la demanda que del sector de la distribución alimentaria le llegaba. La población por suerte para nosotros tiene que alimentarse tres veces al día, algunos hasta cinco y con orgullo y satisfacción podemos decir que sus agricultores no les hemos fallado. En lo que a Oleoestepa se refiere durante la pandemia sanitaria hemos trabajado más que nunca, turnos de trabajo ininterrumpidos durante las 24 horas han hecho posible que se hayan batido todos los récords de envasado y salidas mensuales de aceite. Me consta que circunstancias más o menos parecidas a la nuestra se han producido en otras empresas del sector, por lo que se puede afirmar que la crisis sanitaria no ha derivado en circunstancias desfavorables para



el sector del olivar. Otra cosa bien distinta es como se presente la próxima campaña que como todos sabemos está más relacionada con los excedentes de campañas, con las disponibilidades de aceite y sobre todo de las previsiones de cosecha. El campo y los olivos tras una buena primavera presenta un estado magnífico, y todo esto será lo que al final determine los precios y la situación del sector.

Otra cuestión bien distinta es cómo afectará la llamada nueva normalidad a nuestros olivares, fundamentalmente los dedicados al verdeo. Si llegado el tiempo de la recolección hay algún tipo de limitación que impida o dificulte la contratación de la mano de obra necesaria si que tendríamos un grave problema. En la entrevista que por videoconferencia tuve hace unas semanas con el Jefe del Estado español, su MM don Felipe VI, le trasladaba este problema como cuestión muy a tener en cuenta. He de manifestar que Don Felipe era conocedor y consciente del problema, tanto para campañas de recolección de frutas y hortalizas que en ese momento estaban activas como la posibilidad de que llegado el caso pudiera afectar al olivar de verdeo e incluso de molino y que en ese caso y entre todos deberíamos tener previstas las posibles soluciones y las alternativas a los distintos escenarios que se fueran presentando.

Ante el reto de la nueva PAC ¿Qué aconsejaría a nuestros representantes, tanto a los olivereros como a nuestras administraciones públicas?

Virgencita que me quede como estoy. Esto nos decimos cada vez que hay que renovar y modificar la PAC. Los agricultores poco o nada podemos hacer aquí, son, como bien dice su pregunta, los representantes de los agricultores y las administraciones las únicas que tienen cierta capacidad de negociación. Dando por descontado que vamos hacia una Europa más verde y más ecológica y que tras la marcha del Reino Unido dispondremos de un menor presupuesto, creo que habría que aprovechar el momento de crisis sanitaria que estamos atravesando para hacerle ver a las autoridades europeas por parte de nuestros representantes sectoriales que el agricultor no es un jardinero cuyo fin sea mantener un verde y ajardinado paisaje, que somos los que con nuestro esfuerzo y trabajo garantizamos la alimentación de nuestra población con plenas garantías de abastecimiento y sa-

lubridad. Como muy bien rezaba el último punto de la tabla reivindicativa que presentamos en las jornadas y movilizaciones llevadas a cabo en los primeros meses de este año, “El trabajo de los agricultores es una garantía para el bienestar de nuestra sociedad”. El momento es muy favorable, pues tenemos a la opinión pública de nuestro lado. Y ya puestos a pedir, les pediría que las ayudas que de Bruselas nos puedan venir como compensación a este mal sueño sanitario que estamos pasando se destinen a renovar estructuras agrarias obsoletas (regadíos, caminos rurales, medios tecnológicos, etc.,) en definitiva hacer que el sector agrario entre con fuerza y paso firme en el siglo XXI.

¿Algún consejo para el nuevo presidente?

Ninguno. Profesionalmente no me siento legitimado para aconsejar en nada al que va a ser mi sucesor en el cargo de presidente de Oleoestepa. El que “se supone” será el nuevo presidente, pues hasta que el nuevo consejo no lo elija tras la Asamblea que creo recordar celebraremos el próximo 23 de junio no será efectivo, el que se presupone va a serlo es una persona del mundo del cooperativismo, con una amplia experiencia como consejero en nuestra entidad y por tanto perfectamente capacitado y preparado para desempeñar el cargo con dignidad y acierto. Si le podría aconsejar como amigo y compañero del consejo, pero eso siempre sería en el ámbito privado y nunca aquí y con carácter público.

Sabemos de su implicación e interés por el sector después de este periodo ¿Cuáles serán sus nuevos retos personales?

Pues si hasta ahora dedicaba parte de mi tiempo a Oleoestepa y el resto a otras cosas, tras la renovación dedicaré mucho más tiempo a esas otras cosas. Mi actividad como agricultor oliverero a partir de ahora se intensificará, como igualmente será mayor mi dedicación a la familia, amigos, viajes, etc., De cualquier forma sigo siendo consejero de Arbequisur, SCA, así como representante de esta cooperativa en el consejo rector de la D.O.P. Y por supuesto, si Oleoestepa me necesita en el futuro para cualquier cosa, al igual que su Presidente o el Consejo Rector, saben que me tienen a su entera disposición.

TALLERES SALUDABLES

Un proyecto creado para fomentar una alimentación saludable con el aceite de oliva virgen extra como pilar fundamental

La Denominación de Origen Estepa, puso en marcha este año la iniciativa "Saludables", que ha tenido un gran éxito de acogida en todas las localidades del territorio amparado donde pudieron celebrarse los talleres.

"Saludables" es un proyecto que emprende la Denominación de Origen Estepa en materia de responsabilidad social corporativa, mediante el que se pretende fomentar una alimentación y hábitos saludables en personas de diferentes segmentos de edad, con el aceite de oliva virgen extra como eje fundamental.

A pesar de que actualmente tenemos mucha información sobre nutrición a nuestro alcance, sigue habiendo aspectos que se nos escapan o falsos mitos que aún nos seguimos creyendo. Por ello, **"Saludables" contó en su jornada inaugural con una profesional muy reconocida, la Doctora Paloma Gil**, especialista en endocrinología y nutrición con una gran trayectoria, autora de varios libros y cono-

cida por todos gracias a su participación en el popular programa de Canal Sur, La Báscula.

Paloma Gil, durante la apertura de "Saludables 2020", hizo un recorrido por los aspectos más importantes a la hora de hablar de una alimentación saludable, haciendo especial mención a la mejor grasa vegetal, el Aceite de Oliva Virgen Extra. La doctora dio unas pautas claras para que los asistentes conocieran los alimentos que se deben evitar comer si se quiere llevar una dieta sana y equilibrada.

La endocrinóloga de "La Báscula" recalcó una serie de pautas que se deben seguir para mejorar la alimentación. Una de las partes que más interesó al público fue la referida a conseguir una nota de 7 cada día, repartiendo de forma equilibrada todos los nutrientes que nuestro cuerpo necesita.

Paloma Gil habló en profundidad sobre el aceite de oliva virgen extra, los numerosos beneficios que posee el oro líquido y la importancia de incorporarlo en nuestras comidas.

Los talleres saludables, desde su jornada inaugural, contaron con una gran asistencia en las localidades amparadas por la D.O.Estepa



Paloma Gil durante la conferencia inaugural del proyecto "Saludables"



Eduardo Aguilar, en el taller saludable de Herrera



udables"



La conferencia de Paloma Gil dio el pistoletazo de salida a una serie de talleres saludables que la Denominación de Origen Estepa celebró en la mayor parte de las localidades amparadas, ya que en algunas de ellas fue imposible al declararse el estado de alarma.

Los talleres fueron llevados a cabo por Eduardo Aguilar, asesor nutricional y entrenador personal del programa MOVERTE DA VIDA de la Clínica Parejo y Cañero de Puente Genil. El nutricionista, cuyo mensaje durante todos los talleres saludables fue "la importancia de combinar una alimentación saludable con el ejercicio físico", supo hacer partícipe al público respon-

diendo las dudas que surgían en cada localidad. Durante los "talleres saludables", Eduardo hizo un repaso de conceptos claves a nivel nutricional, como los macro y micronutrientes y en qué alimentos los encontramos, para que el público conociera la importancia que cada alimento tiene y por qué la clave está en una alimentación equilibrada y de calidad. También insistió en que una persona que comienza a comer bien y a moverse de forma activa está adquiriendo unos hábitos saludables que nunca debe perder.

Los talleres que no pudieron celebrarse se retomarán posiblemente a partir de septiembre.

EN MARCHA EL PROYECTO EMBAJADORES

Ha sido creado para que los más pequeños de nuestro territorio conozcan la cultura del olivar y el aceite de oliva virgen extra, sus propiedades saludables y su importancia para nuestros pueblos



La Denominación de Origen Estepa ha creado el proyecto "Embajadores" del aceite de oliva virgen extra, dirigido en una primera fase a los alumnos de primaria, para que los más pequeños conozcan la importancia del olivo y el aceite de una manera sencilla y amena.

Aunque el plan inicial de la entidad era facilitar el material a los centros durante este curso escolar para que los alumnos pudieran trabajarlo, la situación que vivimos actualmente hizo que la Denominación de Origen Estepa lanzara el material de manera online, de forma que se pudiera disponer de él durante el confinamiento.

Uno de los pilares del proyecto "Embajadores" es un material didáctico elaborado, por el momento, para tres grupos de edades: De 6 a 8 años, de 8 a 10 años y de 10 a 12 años.

El contenido introduce a los alumnos en los aspectos básicos del olivo, la producción de aceite de oliva virgen extra, la diferenciación entre distintos tipos de aceites y su importancia para la salud. Para complementar la lectura, los libros incorporan una serie de ejercicios y actividades didácticas para poner en práctica el conocimiento adquirido.

Todo el material ha sido elaborado por profesionales pedagógicos.



gicos que han sabido interpretar perfectamente la cultura del olivar y el aceite de oliva virgen extra para que los diferentes cursos de primaria puedan conocer de manera sencilla el gran valor natural que les rodea.

La Denominación de Origen Estepa pretende complementar el

trabajo del material educativo por parte de los alumnos, cuando las circunstancias lo permitan, con una visita de uno de los representantes de la entidad a los centros educativos para explicar cómo se clasifica un aceite de oliva virgen extra y cuáles son los pasos que se dan para catarlo y descubrir sus propiedades organolépticas.



De 6 a 8 años

El primer grupo de edad disponible es de 6 a 8 años, donde se ofrecen los conocimientos de una forma muy sencilla



De 8 a 10 años

Aquí se ofrecen los contenidos con una cierta evolución respecto al grupo anterior, con contenidos adaptados a la edad



De 10 a 12 años

Contenidos más completos y actividades más complejas, pero con contenido atractivo para el alumno y el profesorado



Un material sencillo y ameno

Además, siempre que sea posible, la Denominación de Origen Estepa en colaboración con las cooperativas de cada una de las localidades amparadas, quiere facilitar la visita de los alumnos a las almazaras, de forma que puedan conocer de primera mano todo lo trabajado en clase gracias al material educativo.

En los próximos meses la entidad pretende desarrollar y poner a dis-

posición de los centros educativos del territorio material adaptado para los grupos de edad de 3 a 6 años y de 12 a 14 años.

La entidad quiere que el proyecto "Embajadores" esté en continuo crecimiento, creando cada año nuevas iniciativas que conviertan a los más pequeños en los primeros conocedores del valor que tiene el olivar y el aceite de su territorio.

**¿Quieres
que
tu hij@ lo
tenga en
su clase?**

¡Es muy sencillo!

Si el centro educativo está dentro de las 13 localidades amparadas por la D.O., solo tiene que ponerse en contacto con nosotros un miembro del profesorado o el equipo directivo:

955 91 26 30 / secretaria@doestepa.es





Oleoestepa invierte 5.500.000 € en la planta industrial

Por Álvaro Olavarria
Director Gerente de Oleoestepa S.C.A.

En el verano de 2018 Oleoestepa comenzó las inversiones que se definieron necesarias en la revisión del plan estratégico aprobado un año antes y consistentes en dotar a la planta envasadora de una capacidad industrial acorde a los crecimientos proyectados en un futuro a medio plazo.

El importe total de la inversión ascenderá a 5,5 millones de euros y se han solicitado las ayudas al amparo de la Orden de 24 de enero de 2018, por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones a inversiones en transformación, comercialización o desarrollo de nuevos productos agrícolas en el marco del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2014-2020.

La inversión ha consistido en la ampliación de la bodega de aceites, que en sus diferentes tamaños de depósitos ofrecen una gran versatilidad para preparación, filtración y envasado de lotes acorde a los diferentes tipos de aceites vírgenes extras que ofrece Oleoestepa. La capacidad total de la bodega es de algo mas de 4.000.000 de litros de aceites permitiendo cargar y/o descargar simultáneamente hasta tres camiones cisternas, todo bajo cubierta. Esta zona de aceites a granel se ha completado con una sala de filtrado que triplica la capacidad por hora trabajada e incorpora nuevos equipos con mejores resultados en los procesos. Subrayar que Oleoestepa sólo envasa aceites de oliva vírgenes extras y por tanto es el único aceite vegetal que se mueve en nuestra bodega.



NUEVA PLANTA INDUSTRIAL DE OLEOESTEPA



La zona de envasado se amplían con una nueva sala con una línea completamente automatizada desde el despaletizado de envases hasta el robot paletizador de producto terminado, con una producción por hora de hasta 10.000 botellas, contando con las últimas medidas de control como es la visión artificial y llenado por peso botella a botella.

En la zona de almacenes se han ampliado con un cubo de estanterías dinámicas que permiten disponer de 1260 palets de producto

terminado y estanterías para material auxiliar, todo ello con una importante partida económica para adecuarlo al cumplimiento de la normativa contra incendios.

La zona de almacén se ha mejorado con tres muelles de carga y descarga y una amplia zona de playa de expediciones. El almacén y envasadora se han digitalizado en su totalidad disponiendo de información en tiempo real de existencias de granel, producciones de envasado y stocks.

La inversión también ha contemplado la ampliación y mejora del laboratorio para análisis de aceitunas que ahora le permitirá para la nueva campaña 2020/2021 su acreditación en la norma ISO 17025 para la determinación del rendimiento graso y humedad en aceitunas.

Se ha venido realizando la inversión a la vez que se ha continuado trabajando en la actividad envasadora, lo cual ha retrasado la finalización al tener que sincronizarse muchas empresas externas con la programación habitual de nuestra actividad industrial. Todo esto ha coincidido finalmente con tres meses de paralización por medidas de seguridad contempladas en el plan de contingencia del coronavirus.

Ahora resta una intervención en la primera sala de envasado original que esperemos se pueda llevar a cabo en los próximos meses y poder inaugurar y mostrar a todos nuestros socios muy pronto.





Una campaña para consolidarse

La Denominación de Origen Estepa ha tenido este año una importante presencia en medios de comunicación con el objetivo de consolidarse como un referente en el sector

Marcar la diferencia entre los consumidores es un reto cada vez más complejo, especialmente en lo que se refiere a la presencia en medios de comunicación.

La Denominación de Origen Estepa, en su afán por convertirse en la referencia de todas las denominaciones de origen oleícolas en nuestro país, ha lanzado este año una campaña de medios multi-canal para poder dar a conocer a consumidores de toda España las bondades de uno de los mejores aceites de oliva virgen extra del mundo, el de nuestro territorio.

Bajo el paraguas del slogan "Un extra que importa", que ha acompañado a la D.O. Estepa durante las dos campañas anteriores, la entidad está desarrollando acciones publicitarias para conseguir el mayor impacto posible.

● Publibreportaje en la revista "Saber Vivir", que en su 20 aniversario publicó más de 165.000 ejemplares que se agotaron rápidamente en todos los puntos de España

ATRESPLAYER. La primera de las acciones llevadas a cabo ha sido la emisión en Atresplayer, la plataforma digital del grupo Atresmedia, de 3 millones de impresiones del spot de la entidad, que ha estado presente en la versión online de programas de Antena 3, La Sexta o Neox, entre otros.

Gracias a esta campaña, se ha conseguido llegar a más de un millón y medio de personas de toda España, que ya conocen lo que significa que un aceite de oliva virgen extra esté certificado por la Denominación de Origen Estepa.

20 ANIVERSARIO
VIVIR sabervivir.com
GUÍA MÉDICA PARA VIVIR MEJOR
POR LOS 15 MEJORES ESPECIALISTAS
QUÉ COMER SI TIENES ANSIEDAD
• TENSIÓN • COLESTEROL • DIABETES
LA DIETA QUE TÚ NECESITAS
Y los alimentos que no te pueden faltar
REFUERZO DEFENSIVO EL CORAZÓN
LOS ÚLTIMOS

PUBLIBREPORTAJE
Denominación de Origen Estepa
UN MANANTIAL DE SALUD
Existe en España un territorio que es fuente inagotable de uno de los productos más saludables del mundo, el aceite de oliva virgen extra.

En el territorio amparado por la Denominación de Origen Estepa, la combinación de la recolección temprana, el uso exclusivo de aceituna de varietal y la elaboración en frío, todo ello de forma sostenible, es el secreto que le ha convertido en una de las mejores y más saludables fuentes de aceite de oliva virgen extra del mundo.

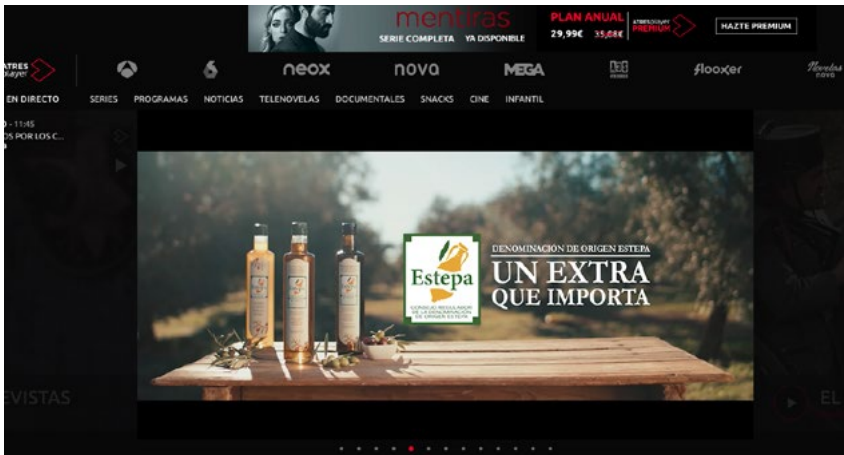
La afirmación "el aceite es saludable", está muy extendida en nuestra cultura. Se asimila como una verdad absoluta, dando por hecho que todos los aceites lo son y en la misma medida. Sin embargo, no es así. De entre todas las categorías, el aceite de oliva virgen extra es el más saludable de todos. Como zumo natural de aceitunas, posee una enorme riqueza en antioxidantes y vitaminas. Pero, además, dentro de todos los aceites de oliva vírgenes extra, existe una

amplísima variedad, con propiedades organolépticas y saludables propias y distintivas.

En este abanico de posibilidades en el que sumergirse, los aceites con Denominación de Origen Estepa aparecen como una de las mejores opciones. Tanto es así que, un estudio de la Universidad de Granada en colaboración con el Centro Superior de Investigaciones Científicas, avala que el aceite de oliva virgen extra de este territorio, en sus diferentes variedades, es muy rico en antioxidantes, vitaminas y, en específico, se caracteriza por presentar un alto nivel de polifenoles. Esto último, lo convierte en un gran aliado en la prevención de enfermedades cardiovasculares, cáncer y otras patologías, además de ayudarnos a aumentar las defensas y tener una mayor capacidad antiinflamatoria.

¿Quieres saberlo todo sobre el aceite de oliva virgen extra?
DESCARGA GRATIS EL LIBRO SOBRE LA CULTURA DEL AOVE
www.doeestepa.es/aguadelaove

Descubre en esta guía gratuita cómo se elabora un aceite de oliva virgen extra, cómo se clasifica, cuáles son sus propiedades y descubre algunos de los mitos que rodean al mundo de las aceitunas.



Campaña en Atresplayer

→ La plataforma digital de Antena 3 es una de las de mayor consumo en nuestro país. Por ello, la D.O. Estepa lanzó una campaña de 3.000.000 de spots que pudieron ver más de 1'5 millones de personas.

REVISTA SABER VIVIR. Otra de las iniciativas llevadas a cabo por la entidad ha sido la publicación de un publibreportaje en la revista "Saber Vivir", dirigida a lectores que se preocupan por su salud y, por lo tanto, optan de forma mayoritaria por productos de gran calidad, como nuestro aceite de oliva virgen extra.

La revista, que en esta edición publicaba un especial aniversario, ha vendido más de 185.000 ejemplares en toda España, por lo que ha tenido un alcance importante entre un público de gran interés para la D.O. Estepa.

REVISTAS DIGITALES. Otro de los pilares en los que se ha basado la comunicación ha sido la aparición en revistas digitales de ámbito nacional, como sabervivir y miarevista, donde a través de la publicación de contenido de interés para los lectores y de banners publicitarios, se ha conseguido llegar a miles de personas. Además, nuestros aceites han tenido presencia durante un mes en cuidateplus, un espacio dedicado a la salud dentro de importantes medios nacionales.

Esta acción, que finaliza en el mes de julio, ha tenido un importante impacto en toda España.

REDES SOCIALES. La presencia en RR.SS. es fundamental hoy en día, por lo que también suponen un pilar importante en la estrategia de comunicación de la D.O. Estepa. En este sentido, Facebook, Instagram y Youtube son los principales canales en los que nuestro aceite de oliva virgen extra ha tenido presencia,

con un impacto que ha superado el medio millón de personas.

En definitiva, se trata de una fuerte apuesta por acciones de comunicación que alcanzan a más de 5 millones de personas y que generan un gran impacto y conocimiento de nuestros aceites.



RRSS

→ Las redes sociales son uno de los mejores canales de comunicación hoy en día, de ahí que la D.O. Estepa haya realizado una importante campaña de alcance nacional tanto en Facebook, Instagram como en Youtube, que ha tenido un gran impacto.



“Cocina con AOVE”, tercer mejor libro de recetas del mundo

El libro de recetas “Cocina con AOVE”, elaborado por la Denominación de Origen Estepa y la influencer Isasaweis, ha sido galardonado con el tercer puesto del prestigioso certamen internacional The Gourmand World Cookbook Awards, en la categoría “Libro de recetas digital”.

The Gourmand World Cookbook Awards premia, cada año, a los mejores libros de cocina y vino que se publican en todo el mundo. El galardón internacional es un reconocimiento a la labor de difusión de la cultura del aceite de oliva virgen extra que la D.O.Estepa lleva haciendo durante más de 15 años.

El libro contiene 51 recetas de los platos más representativos de la gastronomía española, tres por cada comunidad autónoma, en las que el aceite de oliva virgen extra es clave.

La versión digital de “Cocina con AOVE”, que cuenta ya con más de 3.500 descargas, está disponible de forma gratuita en:

doestepa.es/cocinaconaove/libros

Gustoko 2020:

Nuestro AOVE conquista el norte de España

Nuestro aceite de oliva virgen extra se consolida entre los consumidores del País Vasco

Los aceites con Denominación de Origen Estepa fueron los protagonistas en los ‘showcooking’ de la III edición de la feria Gustoko, una de las más importantes del País Vasco.

Desarrollada los días 6, 7 y 8 de marzo, en el Bilbao Exhibition Centre (BEC), la feria gastronómica contó con la asistencia de miles de personas interesadas en conocer productos de calidad procedentes de toda España.

La Denominación de Origen Estepa no podía faltar a esta importante cita gastronómica y tuvo una doble presencia. Por un lado, contó con un stand donde tuvo la oportunidad de ofrecer multitud

de catas guiadas y, por otro lado, fue el aceite de oliva virgen extra protagonista de los showcooking organizados por la Escuela Superior de Hostelería de Bilbao.

Nuestras diferentes variedades amparadas fueron empleadas para la elaboración de un amplio y destacado repertorio de platos tradicionales de la cocina vasca.

La participación en una nueva edición de Gustoko ha permitido que la D.O.Estepa y sus aceites amparados sigan consolidándose entre los consumidores del País Vasco, amantes de los productos gastronómicos de alta calidad,



PREMIO INVESTIGACIÓN

**EDUARDO
PÉREZ**

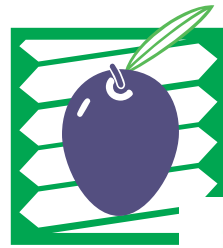
Se convoca la III edición del Premio

La Oliverera San José de Lora de Estepa, amparada por la D.O.Estepa, ha convocado una nueva edición del Premio de Investigación "Eduardo Pérez Pérez", el más importante del sector oleícola en España, con el fin de promover y fomentar trabajos de investigación sobre el mundo de la olivicultura en todas sus facetas y campos de conocimiento. La cooperativa, tras dos ediciones de gran éxito, quiere continuar con el espíritu de innovación y superación que ha puesto en práctica Eduardo Pérez durante toda su vida profesional, impulsando la investigación y la búsqueda de la mejora de todos los campos relacionados con el olivar y el aceite de oliva virgen extra.

EL PREMIO DE INVESTIGACIÓN "EDUARDO PÉREZ" ES EL MÁS IMPORTANTE DEL SECTOR OLEÍCOLA EN ESPAÑA

NOTICIAS DE LAS ENTIDADES AMPARADAS POR LA D.O.ESTEPA

Las entidades amparadas por la Denominación de Origen Estepa son cooperativas activas, solidarias y comprometidas con su territorio, con la investigación y el desarrollo del olivar y el aceite de oliva virgen extra.



Cáritas

Sor Ángela de la Cruz S.C.A. colabora con Cáritas

La Cooperativa Oliverera Sor Ángela, como muestra de su compromiso con la sociedad, ha decidido mostrar su lado más solidario ante la dramática situación que están viviendo muchas familias. Por ello, ha impulsado un proyecto solidario junto a Cáritas-Estepa.

El objetivo de la campaña es conseguir una importante donación de alimentos no perecederos y productos de higiene con los que ayudar a muchas familias que lo necesitan. La entidad está promoviendo la colaboración y ha habilitado para la recogida de donaciones tanto su oficina principal como la tienda (Repuesto), con el fin de contribuir a hacer más llevadera la crisis de muchas familias.



Whatsapp, nuevo canal de venta de Oleoestepa

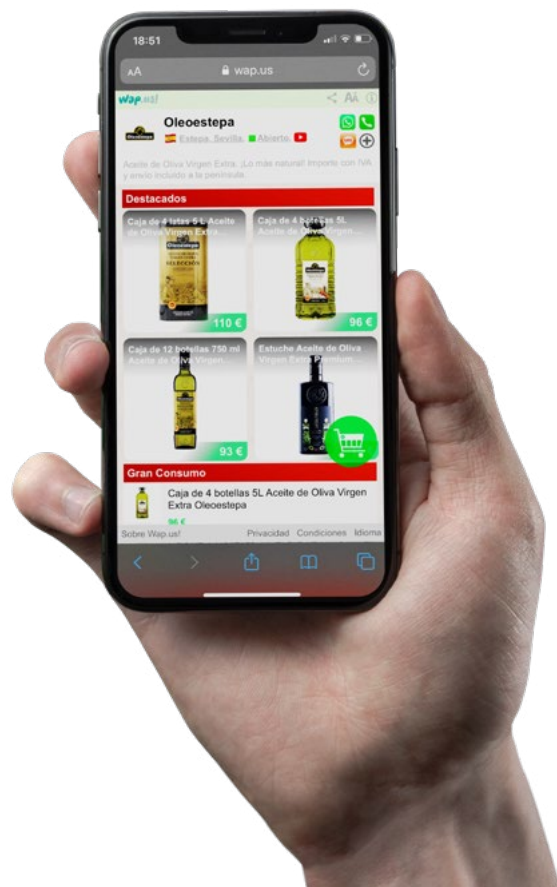
A través de este canal Oleoestepa da un paso más de cercanía a los clientes, que ya tenían además la web de la entidad para realizar sus compras

Este innovador servicio de Whatsapp de Oleoestepa está disponible para todo el ámbito nacional.

Esta herramienta permite apuntar una observación en cada artículo y otro general en la finalización de la solicitud, sirviendo éste último para anotar el código promocional según disponibilidad. Con motivo del lanzamiento se ha activado una promoción de un 10% de descuento en la compra de cualquier AOVE de Oleoestepa, con el código WhatsappOleoestepa.

Esta nueva aplicación supone un paso más de cercanía con los clientes, que ya contaban con anterioridad con la tienda online alojada en la web de la compañía, haciendo más fácil el poder disfrutar de los sabores de Oleoestepa sin moverse de casa en estos momentos excepcionales a causa del COVID-19.

www.oleoestepa.com/whatsapp



Oleoestepa presente en la reunión sectorial con el rey Felipe VI

El rey Felipe VI, durante una videoconferencia con representantes del sector agroalimentario, manifestó la importante labor de las cooperativas en general y del aceite en particular

Alfredo García Raya, presidente de Oleoestepa SCA, fue el encargado de iniciar la videoconferencia del rey Felipe VI con representantes del sector agroalimentario. El presidente de Oleoestepa aprovechó en primer lugar para manifestar la total disponibilidad de todo el sector cooperativo en servicio de la sociedad española, con el firme propósito de garantizar el abastecimiento de alimentos durante la crisis del COVID19, tal y como se hizo en situaciones críticas en tiempos pasados.

También aprovechó Alfredo García Raya para manifestar a Su Majestad que esta labor realizada desde las cooperativas siempre ha sido cumpliendo las normas de protección de la salud establecidas desde las autoridades sanitarias, para todos los profesionales que intervienen en la cadena productiva. Desde el inicio de la crisis dicha labor ha sido muy intensa a fin de atender la alta demanda de la gran dis-

tribución, en condiciones complicadas en muchas ocasiones, pero siempre dando muestra de una gran profesionalidad por parte de trabajadores.





Equipo que ha llevado a cabo, en varias ocasiones, la desinfección de la localidad de Aguadulce

Puricon se pone al servicio del territorio



UNA ENTIDAD SOLIDARIA

Además de las labores de desinfección de la localidad de Aguadulce, los socios de Puricon también han colaborado estrechamente con Cáritas y el Ayuntamiento de la localidad.

Los socios de Puricon S.C.A., entidad amparada por la Denominación de Origen Estepa, han demostrado que los agricultores siempre están cuando se les necesita, como ha ocurrido durante la crisis del COVID-19. Esta situación ha traído consecuencias negativas en muchos ámbitos, y numerosos olivareros se han puesto manos a la obra para contribuir en su localidad a paliar, en la medida de lo posible, algunos de estos efectos.

Los socios de la entidad han actuado en varios frentes:

- Por un lado, a través de Suroлива, se ha procedido en varias ocasiones a la desinfección de la

localidad de Aguadulce de manera gratuita, con el objetivo de ofrecer una mayor seguridad a sus habitantes.

- Puricon también ha colaborado activamente con Caritas-Aguadulce en la recaudación de fondos para todas aquellas familias que se han visto afectadas por la crisis económica provocada por el coronavirus.
- Finalmente, la entidad ha colaborado estrechamente con el área de asuntos sociales del Ayuntamiento de Aguadulce para ayudar a los que más lo necesitan en estos duros momentos.



Oleoestepa ha donado en esta ocasión el formato monodosis por su versatilidad y facilidad de manipulación

Oleoestepa, una entidad solidaria y comprometida

La entidad colabora con Cáritas para abastecer a los hogares más vulnerables en la crisis del COVID-19

Oleoestepa SCA, ha realizado una aportación a Cáritas Diocesana de Sevilla de aceite de oliva virgen extra con la que confeccionar 100.000 menús para las familias afectadas por la crisis generada por el COVID19, atendidas desde las Cáritas parroquiales, así como para los centros desde donde se atiende a los colectivos más vulnerables.

Con esta medida Oleoestepa da respuesta al llamamiento de Cáritas para afrontar el incremento de peticiones de ayuda recibidas. Desde la dirección de Oleoestepa SCA se considera que este tipo de colabo-

raciones constituye parte del compromiso social que se asume como empresa cooperativa, poniendo su granito de arena para ayudar a paliar las consecuencias personales, familiares y económicas provocadas por la pandemia del Covid-19. A esta aportación solidaria se le suma la colaboración con el Hospital Comarcal de La Merced, de Osuna (Sevilla) con la entrega de batas.

Estas ayudas se integran en su programa de Responsabilidad Social Corporativa, en la que se contemplan acciones de apoyo a otros proyectos solidarios y al fomento de hábitos saludables.



Oleoestepa establece planes de contingencia frente al COVID-19

La entidad ha establecido un plan de contingencia frente al COVID 19 para asegurar la continuidad de su actividad y garantizar la seguridad y protección de todos sus empleados.,

Para garantizar la continuidad y prestación de los servicios, Oleoestepa SCA está permanentemente en contacto con sus proveedores para coordinar las medidas necesarias para garantizar la continuidad de la actividad. Se ha facilitado a todos los centros de trabajo información relativa a las medidas de seguridad y prevención que deben tomar nuestros empleados y se ha creado un protocolo de actuación interno frente al virus.

Estas pautas podrán variar en función de lo que se recomiende desde las autoridades sanitarias.

Entre otras medidas, para reducir los riesgos de contagio se han limitado todos los viajes nacionales e internacionales de su personal excepto aquellos que sean estrictamente necesarios y temporalmente se aplazan todas las reuniones con personal externo dentro de los centros de trabajo.

LÍNEA ICO COVID-19

*Ayudando a nuestras
empresas y autónomos*

#SeguimosContigo

CUÉNTANOS TU CASO

CAJA RURAL DEL SUR está plenamente comprometida con las empresas y autónomos como sectores estratégicos claves para la economía andaluza, y para atender las necesidades financieras provocadas por el descenso de sus ingresos, les ofrecemos todas las ventajas de la línea **ICO Covid 19**, además de nuestras propias líneas de financiación. Con una gestión personalizada nos adaptamos a sus necesidades.

Infórmate en la web
www.cajaruraldelsur.es



CAJA RURAL DEL SUR

Llena de color y sabor tu cocina con Oleoestepa® y BRA®

Pon color y sabor en tu cocina. Usa las mejores herramientas e ingredientes de alta calidad, como los aceites de oliva virgen extra de Oleoestepa.

Ven a nuestras cooperativas asociadas y consigue* prácticos y atractivos utensilios de BRA con la compra de aceite de oliva virgen extra de Oleoestepa.



www.oleoestepa.com

*Regalo de un utensilio de la colección Efficient ideal de BRA® (lengua, espumadera, cucharón o batidor) con la compra de una caja de botellas de 5 y 3 litros de aceite de oliva virgen extra Oleoestepa en las cooperativas asociadas. Promoción válida hasta el 31/07/2020. Más información en la web www.oleoestepa.com

