



Entrevista a Alfredo García Raya

Entrevistamos al nuevo Presidente de Oleoestepa, socio olivarero de la cooperativa Arbequisur y profesional de amplia y destacada trayectoria en el sector agrícola. Alfredo García releva a Eduardo Pérez Pérez tras 23 años al frente de una de las cooperativas más prestigiosas del mundo.

Plutone, Marte y Saturno: los nuevos “SUPER SEPARADORES”



**Se limpian solos.
No se paran nunca
durante la campaña.**



SON AMIGOS DEL MEDIO AMBIENTE

La separación tiene lugar sin añadir agua y por tanto no se produce agua contaminada.

AHORRAN TIEMPO Y DINERO A LA ALMAZARA

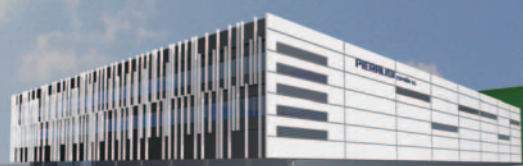
No necesitan paros de máquina. El sistema permite lavar el interior del tambor y sus platillos sin interrumpir el proceso de elaboración, con la máquina en movimiento y sin desmontarla.

ASEGURAN UNA PERFECTA SEPARACIÓN

El aceite está siempre limpio y sin restos durante todo el periodo de la campaña, gracias a la facilidad de limpieza del tambor en cualquier momento.

PONE DE ACUERDO AL MUNDO DE LA ALMAZARA Y A ECOLOGISTAS

Consume menos energía eléctrica a igual cantidad de aceite tratado.



SEDE CENTRAL

C/ Burtina, 10, PLAZA
50197 ZARAGOZA (España/Spain)
Tel. +34 976 466 020 - Fax +34 976 732 816
Fax sección técnica y post-venta: +34 976 515 330
e-mail: info@pieralisi.es



GRUPPO

PIERALISI
INNOVADORES POR PASIÓN

www.pieralisi.com



DELEGACIÓN SUR

Parque Tecnológico y Científico Geolit
Avda. de la Innovación, manzana 41
23620 MENGÍBAR (Jaén)
Tels. +34 953 284 023 - +34 953 280 866
Fax +34 953 281 715 / e-mail: jaen@pieralisi.es

**"CALIDAD SIGNIFICA HACER LO CORRECTO CUANDO NADIE ESTÁ MIRANDO".
HENRY FORD**

Nuevo número de Frutado Intenso, el primero del difícil año 2012. Una campaña, la pasada, compleja y difícil, marcada por una acelerada recogida y un aumento importante de las previsiones de producción en nuestra comarca. Estas dos realidades también son características de la situación nacional.

¿Y hacia dónde nos lleva esto? A un mayor esfuerzo inversor en las Almazaras, con un aumento de la capacidad de molturación para obtener un mejor aceite ya que molturamos en menos de 24 horas y a una mayor oferta de un excelente producto, el aceite de oliva virgen extra. En resumen, un mayor esfuerzo de inversión con un menor precio de nuestro producto en su comercialización.

Los Agricultores, los olivareros no aguantamos más, son ya tres los años de campañas consecutivas con pérdidas en las explotaciones y unos precios del aceite de 1991, y para ello nada más se pone remedio con paños calientes a través de la activación del almacenamiento.

Desde estas sencillas líneas pedimos que todo el sector, especialmente el productor, se siente, plantee sus problemáticas y llegue a soluciones coherentes. No se puede, aguantar más esta situación de trabajar a pérdidas.

Todos sabemos y somos conscientes de la realidad en estos momentos, sabemos de la existencia de numerosas mesas de diálogo abiertas en la Consejería de Agricultura, en el Ministerio de Agricultura,..., pero ¿Debemos ya pegar un aldabonazo? Un limpiar y edificar sobre nuevo.

Participábamos hace unos días en un foro celebrado en Oleoestepa y se comentaban en el mismo la mala estrategia utilizada para introducir el Aceite de Oliva Español en China, esa brutal guerra de precios y con ella la de la calidad de los aceites comercializados. Nosotros, los productores, la llave de la cadena y los mayores defensores de la calidad, tenemos que reaccionar, "ya que de perdidos al río" mejor que una muerte lenta.

Tenemos que reaccionar, primeramente reafirmando nuestra filosofía de trabajo, nuestra decidida apuesta por la Calidad diferenciada y protegida; De ahí esta revista que hoy presentamos con el mejor elenco de expertos profesionales cualificados del mundo de la Cata Sensorial de Aceite de Oliva.

Desde la humildad y sencillez pedimos ya, exigimos ya, ese decálogo de actuaciones necesarias y urgentes para que no nos lamentemos más para que el Sector, ¿Quién es el sector? Para nosotros no tenemos duda, los productores tomemos iniciativas, planteemos debate y una justa lucha.

Finalmente desde estas líneas nos queremos sumar a la felicitación a D. Alfredo García y D. Aniceto Sánchez recientemente elegidos presidentes de Oleoestepa y Puricon respectivamente, ánimo y a vuestra disposición.

4 MERCADO

Álvaro Olavarría, Director Gerente de Oleoestepa, realiza un análisis de la situación actual del mercado del aceite de oliva virgen extra



8 NOTICIAS

Repasamos los acontecimientos más destacados de la D.O.Estepa y las diferentes iniciativas llevadas a cabo



15 CONCURSO

Lanzamos un concurso de recetas junto a Enrique Sánchez, cocinero del programa "Cómetelo"

22 ESPECIAL CALIDAD

Tres referentes del sector del aceite de oliva: Pepe Alba, Brígida Jiménez y Juan Ramón Izquierdo nos hablan de la importancia de la calidad y el Panel Test en el aceite de oliva virgen extra



14 ENTREVISTA A ALFREDO GARCÍA RAYA

Entrevistamos al nuevo Presidente de Oleoestepa S.C.A., Alfredo García Raya, que hace un repaso a la situación del sector, a sus objetivos al frente de la entidad y nos habla de la XV Fiesta Comarcal del Aceite de Oliva Virgen

2ª Crónica

Campaña Oleícola

2011/2012

Esta campaña la producción de aceite de oliva en España ha conseguido un nuevo récord. Con datos al 29 de Febrero se alcanzaba la cifra de 1.559.000 Tm. y es posible que se alcance la cifra de 1.600.000 Tm.

Como avanzábamos en el artículo del número anterior, esta campaña la producción de aceite de oliva en España ha conseguido un nuevo récord. Con datos al 29 de Febrero se alcanzaba la cifra de 1.559.000 Tm., y debemos esperar a conocer la cifra del mes de marzo que nos aproximará a 1.600.000 Tm.

La recolección de la cosecha se ha llevado a cabo sin lluvias, y ha redundado en una mayor cantidad de aceites de oliva vírgenes extras, en España, Italia y Grecia principalmente, ocasionando que esta categoría sea la más castigada en la caída de los precios en origen, superior a un 10%. Los precios de los aceites lampantes y aceites de oliva vírgenes ya vienen desde principios del año 2011 rozando los precios

de almacenamiento privado.

Los precios de los aceites lampantes están en 1.560 €/Tm. base 1º, los aceites vírgenes entre 1.745 €/Tm. a 1.860 €/Tm. y los aceites extras, dependiendo de la calidad del mismo, entre 1.950 €/Tm. a 2.100 €/Tm.

Mientras que la licitación aprobada de 100.000 Tm. para de aceites de oliva vírgenes producidos en la pasada campaña y subastada en el mes de Octubre sólo fue cubierta con 43.000 Tm., en la licitación aprobada en el mes de febrero para 100.000 Tm. de aceites de oliva de las calidades vírgenes y vírgenes extras de la campaña actual, las ofertas superaron las 300.000 Tm. De otra parte las ayudas pagadas por la UE para la licitación de Octubre por la inmovilización fue de 1,3 €/Tm/día y en esta ocasión los oferentes se han conformado con un techo de 0,65 €/Tm./día.

El balance oleícola para esta campaña 2011/2012 podría ser partiendo de las existencias de aceites de oliva que al 1 de marzo disponemos de 1.469.000 Tm., y esperando que el consumo interior se mantenga en las 550.000 Tm. y la exportación continúe aumentando, aproximándose a las 850.000 Tm. para llegar al 31 de Octubre con un stock final próximo a las 550.000 Tm. de aceite de oliva en España, como mínimo.

Otra importante noticia a incluir en esta crónica ha sido el acuerdo de la UE y el Reino de Marruecos, que esperamos beneficie a la flota pesquera española y especialmente andaluza, tendrá consecuencias negativas para los productores de aceite de oliva europeos, pues permitirá el libre comercio de esta grasa vegetal con la Unión Europea sin

El acuerdo entre la Unión Europea y el Reino de Marruecos tendrá consecuencias negativas para los productores de aceite de oliva europeos, pues permitirá el libre comercio de esta grasa vegetal con la Unión Europea sin pago de aranceles como venía siendo hasta ahora

	2011/2012	2010/2011
ALMERIA	9.600	11.866
CADIZ	7.556	7.545
CORDOBA	303.772	256.170
GRANADA	140.569	120.751
HUELVA	5.160	5.761
JAEN	674.460	589.695
MALAGA	85.841	54.137
SEVILLA	86.207	80.537
ANDALUCIA	1.313.165	1.126.462
RESTO ESPAÑA	247.335	263.183
Producción España	1.560.500	1.389.645
Stock inicial	357.670	303.225
Importaciones	45.000	48.100
Total disponible	1.963.170	1.740.970
Consumo interno	563.500	563.500
Exportación	850.000	819.800
Total salidas	1.413.500	1.383.300
Stock final	549.670	357.670

Cuadro 1. Balance oleícola nacional 2010-2011 definitivo y 2011-2012 estimado.

pago de aranceles como hasta ahora. Marruecos produce una media de 120.000 Tm. de aceite de oliva, exporta unas 20.000 Tm., que con este acuerdo se incrementarán rápidamente y a la vez favorecerá aún mas el desarrollo de la olivicultura y las inversiones extranjeras en el país vecino. Otra cuestión será controlar que otros países también productores del norte de África, no hagan pasar sus aceites hasta Europa por esta ruta fácil que ahora se abre.

En la Comarca de Estepa la producción de aceite de oliva ha sido mucho más de lo esperada, debido a un mayor contenido en grasa de las aceitunas entre 1% y 1,5 % y menor ver-

Calidad	Euros/Tm.
Extra	1.779,00 €
Fino	1.710,00 €
Lampante	1.560,65 €

Cuadro 2. Precios de referencia activación contrato de almacenamiento privado.

Las producciones de aceite de oliva en el caso del conjunto de las cooperativas asociadas a Oleoestepa ha sido de 32.300 Tm.

deo, debido a la sequía que ha dejado sin calibre y calidad a numerosos olivares y daños de pedrisco en la variedad manzanilla.

Las producciones de aceite de oliva en el caso del conjunto de las cooperativas asociadas a Oleoestepa ha sido de 32.300 Tm., tercera mejor campaña de nuestros 25 años de historia.

Precisamente, como encontrarán en este número de Frutado Intenso, les animamos a conocer el programa de actos previstos para la XV Fiesta Comarcal del Aceite de Oliva Virgen Extra de Oleoestepa, los días 19 y 20 de Abril, y que asistan a los mismos para informarse de cuanto sucede en nuestro sector y convivan un rato con otros muchos socios y profesionales de toda España para celebrar este 25 aniversario. Nos vemos entonces en Oleoestepa.

Fecha	Existencias				Salidas						
	Almazaras	PCO	Envasadora	T.Existencias	T.Salidas	Producc/mes	Totales	Importacion	Acumulada	Media Acumulada	Interanual
oct-11	215,10	16,00	144,20	375,30	118,10	18,50		2,30	118,10	118,10	115,04
nov-11	262,90	13,31	150,00	426,21	121,39	168,60		3,70	239,49	119,74	115,54
dic-11	761,20	35,87	166,30	963,37	121,24	652,10		6,30	360,73	120,24	116,18
ene-12	1.073,00	156,88	202,90	1.432,78	111,89	574,80		6,50	472,62	118,16	115,77
feb-12	1.082,90	178,74	207,40	1.469,04	114,24	146,50		4,00	586,86	117,37	116,10
						Producción	1.560,50				
						Importación	22,80				
						Disponibilidades	1.958,60				

Cuadro 3. Existencias totales y salidas por meses en España campaña 2011-2012.



decis[®]
EXPERT

el insecticida del **olivo**

eficacia completa para
el control de

- Prays
- Glifodes
- Mosca del olivo



AGROQUIMAR S.L.

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



Bayer CropScience
www.bayercropscience.es

25 años de **Extra** pasión



XV FIESTA COMARCAL del aceite de Oliva Virgen Extra

Jueves 19 de abril de 2012, Estepa

19,00 horas: Acto Inaugural de la Jornada

- D. Alfredo García Raya
Presidente de Oleoestepa
- D. Miguel Fernández Baena
Alcalde Ilmo. Ayuntamiento de Estepa
- D. Jorge Muriel Jiménez
Alcalde Ilmo. Ayuntamiento de Herrera

19,15 horas: Recolección mecanizada en olivar tradicional para destino en verdeo y molino

- D. Jesús Gil Ribes
Catedrático de Maquinaria
Universidad de Córdoba
- Presentado por D^a Teresa Pérez
Directora Gerente Interprofesional
del Aceite de Oliva Español

20,15 horas: verticilosis del olivo: Situación actual y últimos avances en el manejo integrado de la enfermedad

- D. José Bejarano Alcazar
Dr. Ingeniero Agrónomo.
IFAPA Centro Alameda del Obispo - Córdoba
- Presentado por D. Victorino Vega Macías
Ingeniero Agrónomo.
IFAPA Centro Alameda del Obispo - Córdoba

21,15 horas: Ágape

viernes 20 de abril de 2012, Estepa

10,00 horas: Desayuno Molinero

11,00 horas: Andalucía en el marco de la economía global: situación y perspectivas

- D. Francisco Ferraro
Presidente del Observatorio Económico
de Andalucía
- Presentado por D. Nicolás Sierra Muñoz
Socio responsable KPMG Andalucía

12,00 horas: Mesa Redonda: Cuatro ideas para la valorización de los aceites de oliva vírgenes extras

- Desde la química,
con D. Wenceslao Moreda
Instituto de la Grasa de Sevilla. CSIC

- Desde el análisis sensorial,
con D. Juan Ramón Izquierdo
Alvarez-Buylla
Laboratorio Arbitral Agroalimentario.
Ministerio de Agricultura, Alimentación
y Medio Ambiente

- Desde la comunicación y marketing,
con D. Mateo Blay
Presidente de agr! Agencia de
comunicación y marketing estratégico

- Desde la norma COI de calidad,
con D^a Mercedes Fernández Albadalejo
Jefe de la Unidad de Química Oleícola
y Normalización del Consejo Oleícola
Internacional

- Presenta y modera
D. Alvaro Olavarria Govantes
Director Gerente de Oleoestepa

13,15 horas: Entrega de los premios

- A la calidad de los aceites
de oliva vírgenes extras de Oleoestepa.
- 25 años de Oleoestepa.
Entrega Galardón 2012

13,45 horas: Acto de Clausura

- D. Alfredo García Raya
Presidente de Oleoestepa
- D. Carlos Cabanas Godino
Director General de Producciones
y Mercados Agrarios.
Ministerio de Agricultura, Alimentación
y Medio Ambiente

14,15 horas: Ágape degustación comida tradicional Comarca de Estepa.

Nuestros aceites en el Salón de Gourmets y Alimentaria 2012

Un año más la Denominación de Origen Estepa y sus marcas amparadas estuvieron presentes en unas de las ferias agroalimentarias más importantes de todo el panorama internacional

El aceite de oliva virgen extra de la comarca de Estepa y Puente Genil, amparado por la Denominación de Origen Estepa, fue uno de los grandes atractivos tanto del Salón Internacional del Club de Gourmets, que se celebró en Madrid entre los días 5 y 8 de marzo, como de Alimentaria Barcelona, que tuvo lugar entre los días 26 y 29 del mismo mes.

La Denominación de Origen Estepa ha participado en estos eventos dentro del proyecto “De Menú Denominaciones de Andalucía” junto a los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen y/o Específicas “Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga”, “Condado de Huelva y Vinagre del Condado de Huelva”, “Espárrago de Huétor-Tájar” y “Jamón de Huelva”. Se trata de un proyecto ya consolidado que une a varios de los productos andaluces más exquisitos y cuya unión permite a los visitantes del evento degustar un menú único.

Los vírgenes extra amparados por la D.O.Estepa: Oleoestepa, Estepa Virgen, Puricon, Hacienda Ípora y Las Valdesas formaron parte de una muestra de los mejores aceites de oliva vírgenes extra del mundo tanto en el Salón Internacional del Club de Gourmets como en Alimentaria, está haciendo las delicias de todos los asistentes.

Gracias a la presencia en estos eventos y a la sinergia creada en “De Menú Denominaciones de Andalucía”, la D.O.P.Estepa y sus marcas asociadas siguen consolidándose tanto en el mercado nacional como internacional entre los aceites preferidos por los consumidores.



José Carlos Sánchez, de la D.O.P Estepa, junto a Pepe Ruiz, actor de series como Escenas de Matrimonio, entre otras



Nuestra presencia en el Salón Internacional del Club de Gourmets sirvió para atender a clientes y relaciones institucionales



Álvaro Olavarría, Director Gerente de Oleoestepa, acompañado por Guillermo García Palacios, Presidente de Jamón de Huelva, y Ana María Romero, Directora General de Industrias



Remedios Vázquez, venenciadora de la D.O.P. Condado de Huelva, durante una de sus intervenciones en Alimentaria 2012



Una importante representación del sector oleícola visitó el stand de la D.O.Estepa en Alimentaria

Ambos eventos sirvieron para consolidar a las marcas amparadas por la D.O.P.Estepa en el mercado nacional e internacional



Ángel Bujanda, responsable de exportación de Oleoestepa, atendiendo a una compradora



Uno de los platos elaborados con los productos de "De Menú denominaciones de Andalucía"



En el Salón Salón Internacional del Club de Gourmets también recibimos la visita de importantes personalidades del sector oleícola



Ana Arteaga, Directora Comercial de Hacienda Ípora (a la derecha) atendiendo a unos clientes





D.O.P.Estepa, destino turístico destacado

La Denominación de Origen Estepa ofreció un curso de formación en materia de aceite de oliva para touroperadores procedentes de Sevilla, Córdoba y Málaga con el objetivo de consolidarse como destino turístico para conocer la cultura del aceite. En esta ocasión, la D.O.P.Estepa se desplazó hasta las instalaciones de la cooperativa Ntra.Sra.de la Fuensanta de Corcoya para recibir a 50 touroperadores de diferentes provincias interesados en conocer a fondo la cultura del aceite de oliva virgen extra, desde su producción hasta su cata.

Los visitantes, especializados en el turismo de grupos, quieren ofrecer a sus clientes la posibilidad de vivir la experiencia sensorial de conocer en primera persona la elaboración de uno de los mejores aceites de oliva vírgenes extra del mundo y aprender los pasos para catar un aceite.

Patrocinamos las Jornadas de Formación y Empleo

La Denominación de Origen Estepa patrocinó y participó activamente en las Jornadas de Formación y Empleo, organizadas por el I.E.S.Aguilar y Cano, a través de diferentes catas de aceite de oliva virgen extra.

Moisés Caballero, Secretario de la D.O.P.Estepa, fue el encargado de representar a la entidad en los diferentes encuentros que se mantuvieron con los alumnos, donde se les explicó el proceso de producción del aceite de oliva virgen extra y se profundizó en los pasos que se dan para catar un aceite y valorarlo organolépticamente.



Oleoestepa patrocina el concurso completo internacional de equitación

En el prestigioso evento participaron más de 50 jinetes procedentes de numerosos países

Oleoestepa, entidad amparada por la Denominación de Origen Estepa, patrocinó en febrero el I Concurso Completo de Equitación Internacional clasificable para los Juegos Olímpicos de 2012, celebrado en el Hipódromo de Dos Hermanas (Sevilla). Oleoestepa colabora con este tipo de eventos con el objetivo de continuar ligando los valores del aceite de oliva virgen extra al deporte y la salud, debido a la multitud de beneficios que tiene el consumo de la mejor de las grasas para el ser humano.

El Fórum Gastronómico de Santiago acogió el sabor de nuestros aceites

En esta ocasión la Denominación de Origen Estepa acudió junto a la D.O.P. Jamón de los Pedroches, con la que hizo un maridaje perfecto que conquistó al público gallego



Iago Castrillón durante la demostración gastronómica con nuestro virgen extra y el Jamón de la D.O.P. Los Pedroches

La D.O.P. Estepa deleitó al público gallego durante su participación en el Fórum Gastronómico Santiago 2012, que se celebró entre los días 26 y 28 de Febrero, donde además de contar con un stand participó en un taller gastronómico.

La Denominación de Origen participó junto a la D.O.P. Los Pedroches en uno de los congresos de Referencia a nivel europeo, bajo el lema ‘Descubriendo los Orígenes’, donde se promocionaron sus productos reconocidos a nivel mundial.

Ambas entidades, además de estar presentes en la feria, celebraron una cata de sus productos y una actividad gastronómica junto al chef Iago Castrillón, del restaurante Acio. El prestigioso cocinero, considerado uno de los mejores cocineros jóvenes de Galicia, realizó una exhibición de alta cocina con dos productos andaluces de calidad diferenciada como principales materias primas: Jamón Ibérico Puro de Bellota de la D.O.P. Los Pedroches y Aceite de Oliva Virgen Extra de la D.O.P. Estepa.

El cocinero destacó “la singularidad de cada una de las variedades amparadas por la D.O.P. Estepa, respetando al máximo las cualidades organolépticas que nos aporta cada una de ellas”. Por ejemplo, el cocinero afirmó que “En Acio elaboramos una Merluza con la salsa más popular de Galicia, la -Allada- o Ajada cuyos ingredientes son el aceite de oliva, el ajo y el pimentón. Si utilizamos la variedad Hojiblanca de la D.O.P. Estepa, obtenemos una salsa mucho más perfumada, elegante y personal que con un aceite más neutro. En general, los aceites de la D.O.P. Estepa son aceites de grandísima calidad muy indicados para cocinar cualquier tipo de plato, y en concreto, los más aromáticos, para aderezar pescados, platos en crudo, etc.”

Los dos Consejos Reguladores valoraron de forma muy positiva la asistencia al fórum gastronómico, no solo por el gran número de visitantes, principalmente prescriptores de estos productos de calidad excelente, como chefs de gran prestigio nacional e internacional, restaurantes y distribuidores, sino también por la gran acogida que ha tenido el stand conjunto de las dos Denominaciones de Origen.

Talleres y Comercial J.Quirós S.L.

especialistas en



JOHN DEERE

Venta, Servicio-Taller y Recambios

Compactos, ligeros y resistentes



2.580 mm

6105R

6115R

6125R

Versátiles, eficientes y potentes



2.765 mm

6130R

6140R

6150R

Fiables, especializados y con una potencia sorprendente



2.800 mm

6170R

6190R

6210R

¿Está usted listo
para la
R-Evolución?

**NUEVOS
Tractores**



Concesionario Oficial



Le atenderemos en Estepa - P.I.Sierra Sur - c/ Ajonjolí,10

Tel: 955 912 886 - 666 970 516 - 683 434 102 - talleresj.quiros@yahoo.es



Moisés Caballero en el Instituto Aguilar y Cano



Moisés Caballero durante su cata en la Escuela de Hostelería Isla Antilla



Uno de los asistentes a nuestras catas

La Escuela del Aceite continúa llevando la cultura del aceite por todo el territorio nacional

La Denominación de Origen Estepa sigue apostando por enseñar a los consumidores en qué consiste la calidad de un virgen extra

El proyecto de Escuela del Aceite de la Denominación de Origen Estepa sigue consolidándose cada año y cada campaña son más las Escuelas de Hostelería y Asociaciones de diferente índole las que acuden a la entidad para que sus representantes les formen en materia de aceite de oliva virgen extra.

Todos los expertos del sector, los que apuestan realmente por la calidad, aconsejan llevar a los consumidores la cultura del aceite para que éstos opten cada vez más por aceites de calidad. Por ello, la Denominación de Origen Estepa es de las más activas de nuestro país gracias a su proyecto “Escuela del Aceite”. Desde el último número de la revista nuestra entidad ha ofrecido catas en las Escuelas de Hostelería de Sevilla, Benahavis, Ciomijas o Isla Antilla, entre otras, además de atender a públicos de diferente procedencia nacional e internacional.



Un alumno consulta sus dudas durante la charla de la D.O.P.Estepa en la Escuela de Hostelería de Sevilla



Juan Martínez, Perito de San José de Lora de Estepa, atendió junto a la D.O.P.Estepa productores chinos admiradores de nuestros aceites



TD4040 F

Sienta la tradición de FIAT!!!
90 CV con inversor 12x12
Cabina Aire Acondicionado



DT y bloqueo electrohidráulicos
Doble bomba Hidráulica
Elevador con Lift-o-Matic
2 distribuidores...



No deje escapar esta oportunidad por 24.999 €

(**Consulte las ventajosas condiciones de financiación hasta 31-3-2012)

«Inversión ajustada sin renunciar a unas prestaciones de primer nivel»

•Nuevo concepto de tractor: más versátil, más polivalente y más capaz de responder a las necesidades reales que ahora tienen los olivareros, horticultores, pequeños ganaderos y agricultores en general...

•Dotados con la máxima maniobrabilidad y visibilidad, los tractores New Holland, son idóneos para trabajar en espacios reducidos y en las condiciones más difíciles, ofreciendo siempre las mayores prestaciones y el máximo confort del operador.

...Encuéntrelos en su concesionario!!!

COMPAÑÍA MAQUINARIA 93

Autovía Sevilla- Utrera Km. 8
Alcalá de Guadaira (Sevilla)

Antonio Moreno Reina

Móvil: 660 486 457



ESPECIALISTAS EN TU ÉXITO



Cómetelo

Enrique Sánchez
presentador de
“Cómetelo” de Canal Sur
busca las 30 mejores
recetas para nuestro
próximo libro
¿Participas?

Fecha límite para envío de recetas

4 DE MAYO DE 2012

26 PREMIOS

de 1 estuche gourmet de aceite y 1 ejemplar del libro
elaborado con las recetas

4 PREMIOS

de 1 estuche gourmet de aceite, 1 ejemplar del libro
elaborado con las recetas y el peso del autor en aceite

BASES DEL CONCURSO

1. La participación es gratuita. 2. Las bases del concurso están disponibles en las cooperativas asociadas a la D.O. Estepa y en la sede del C.R.D.O. Estepa, o puedes solicitarlas escribiendo a comunicacion@doestepa.es. 3. Para participar solo tienes que mandar cuantas recetas quieras (no es necesaria la fotografía) indicando ingredientes y modo de elaboración antes del día 4 de mayo a:

C.R.D.O. Estepa - Apartado de Correos 181 - 41560 Estepa (Sevilla) o a la dirección de correo electrónico: comunicacion@doestepa.es

4. La receta debe ir acompañada por tus datos personales (Nombre y apellidos, dirección, teléfono/s, correo electrónico - opcional -) 5. Es obligatorio el uso de aceite de oliva virgen extra en la receta. 6. Las 30 recetas ganadoras, seleccionadas por el presentador del programa “Cómetelo” de Canal Sur Televisión, recibirán un estuche gourmet de aceite de oliva virgen extra y un ejemplar del libro publicado con las recetas. 7. Enrique Sánchez elegirá además las 4 mejores recetas cuyos autores recibirán su peso en aceite de oliva virgen extra.

Para ampliar información puedes llamar al 955 912 630 o mandar un email a comunicacion@doestepa.es

INGENIERO TÉCNICO AGRÍCOLA EN LA ESPECIALIDAD EXPLOTACIONES AGROPECUARIAS Y LICENCIADO EN DERECHO PÚBLICO POR LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA, EL NUEVO PRESIDENTE DE OLEOESTEPA S.C.A. ES ACTUALMENTE FUNCIONARIO DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO (MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS), EN EL ÁREA DE AGRICULTURA Y PESCA DE LA DELEGACIÓN DEL GOBIERNO DE ANDALUCÍA.

“Uno de mis objetivos es consolidar la imagen de líder en calidad que tiene en estos momentos Oleoestepa”

ALFREDO GARCÍA RAYA

La Asamblea de Oleoestepa del pasado 22 de marzo eligió como nuevo Presidente de Oleoestepa a Alfredo García Raya, socio olivarero de la cooperativa Arbequisur y profesional de amplia y destacada trayectoria en el sector agrícola.

1. ¿Con qué objetivos afronta su recién estrenado cargo como Presidente de Oleoestepa S.C.A.?

El primer objetivo es continuar, consolidar e incrementar, si cabe, la imagen de líder en calidad que en estos momentos y para volúmenes de producción medio-altos representa Oleoestepa. Es por ello que mi segundo objetivo ha de ser implicar y agluti-

nar en torno a la consolidación de ese proyecto a todas las cooperativas que en estos momentos forman la familia de Oleoestepa y a las que en un futuro puedan formar parte de ella. No tengo ninguna duda que este es el camino a seguir y que la crisis, por mucho que pueda afectarnos, no puede en modo alguno hacernos renunciar a nuestros principios y valores.

Tenemos que trabajar con tesón e imaginación para conseguir mejorar la comercialización de nuestros productos, explorar nuevos mercados, nacionales e internacionales, incorporar más valor añadido a nuestra producción y en paralelo con ello buscar fórmulas complementarias que





Oleoestepa cuenta con volúmenes de producción de aceite de oliva virgen extra de excelente calidad que le suponen una ventaja competitiva, ya que puede suministrar a ciertos mercados y clientes y los recursos necesarios a los departamentos de exportación, investigación,...

mejoren la rentabilidad de las explotaciones de nuestros socios, asegurando el nivel de calidad de nuestros aceites de oliva y el reconocimiento que de ello hace la práctica generalidad del sector y muy especialmente nuestros clientes. El consejo rector de Oleoestepa tiene que responder más unido que nunca para alcanzar estos retos y a ello dedi-

caré los máximos esfuerzos.

2. ¿Cuál es su visión de la actual situación del sector del aceite de oliva? ¿Cómo valora la posición de Oleoestepa en este contexto?

A tenor de los niveles de precios en los que nos estamos moviendo se antoja

complicada y algo inquietante. Los estudios más recientes que las distintas administraciones han ido realizando sobre la cadena de valor del aceite de oliva determinan que desde hace ya varios años el precio de venta de nuestro producto está muy por debajo de los costes acumulados de producción y comercialización. El precio que el productor percibe actualmente por el aceite de oliva es similar al que se percibía en el año 1.986, año en que nos incorporamos a la U.E., mientras que nuestros costes de producción no han dejado de crecer en estos más de 25 años, lo que ha dado lugar a que la mayoría de las explotaciones olivareras, incluso las que a priori parecerían más rentables, se encuentren en pérdidas. Esta situación no puede perpetuarse, ni siquiera mantenerse a corto plazo, so pena de poner en peligro y de manera irreversible a todo el entramado social que vive y se desarrolla en torno al sector agrario andaluz.

Ante una situación como la descrita solo caben dos tipos de acciones: las dirigidas a incrementar el precio del aceite de oliva hasta situarlo de forma estable en niveles cercanos a los que reflejan las cadenas de valor, o las dirigidas a reducir, aún más, nuestros costes de producción.

En relación con las primeras, creo que sería necesario fortalecer y concentrar la oferta, sobre todo para determinadas calidades de aceites, y que actualmente se encuentra muy atomizada en cientos de cooperativas, así como buscar fórmulas que permitan sacar del mercado para usos distintos a los alimentarios a aceites de baja o ínfima calidad, con el fin de mejorar el nivel de calidad medio de nuestros aceites y de paso equilibrar el mercado.

Desde una posición concentrada y por consiguiente más ventajosa, se debe-

rían intentar amplios acuerdos con la gran distribución que fueran ventajosos para ambas partes y por los que el aceite dejara de ser de una vez por todas el producto reclamo en estos centros de distribución. Posiblemente una medida de este alcance sea difícil

y ser competitivos en determinados “nichos” de comercialización. Esta es una ventaja cualitativa y cuantitativa que debemos mantener a toda costa y a la que debemos prestarle todos los recursos que sean necesarios.

al consejo rector de Oleoestepa cualquier propuesta o medida que considere que pueda redundar en beneficio de la sociedad. Los consejos rectores de las cooperativas-socios y muy especialmente el de Oleoestepa han de ser órganos de trabajo y no debemos contentarnos con ser solo elementos pasivos y receptores de información.

El departamento I+D+I de Oleoestepa, a pesar de su corta vida, ya alumbra proyectos que a corto y medio plazo se van a plasmar en ventajas competitivas para la entidad y sus almazaras asociadas.

y habría que buscar el momento idóneo para llevarla a cabo, pero habría que intentarlo. Es posible que con ocasión de una cosecha corta se dieran las circunstancias adecuadas para este tipo de negociación y ante ello los agricultores deberíamos tener amplitud de miras para no solo pensar en el día de hoy sino sobre todo en el mañana.

Dentro de este contexto, Oleoestepa se encuentra muy afectada, como no podría ser de otra manera, no obstante las características de nuestra producción, más del 85 % del aceite que producimos es virgen extra, nos otorga ciertas ventajas. En principio el aceite virgen extra no genera excedentes, o lo que es lo mismo, está mas equilibrada la relación oferta-demanda que la que se produce con los aceites de inferior calidad. Por otro lado, son pocas las empresas que con respecto al virgen extra disponen de unos volúmenes de producción que les permita mantener el suministro a ciertos mercados y clientes, así como dedicar los recursos necesarios a los departamentos de exportación, investigación, etc., para mantenerse, crecer

3. ¿Qué mensaje le mandaría a los más de 4000 socios que forman la familia de Oleoestepa?

Les pediría esfuerzo, confianza e imaginación. Esfuerzo, por no decir sacrificio, para superar el difícil momento por el que atraviesa el sector, que no es sino un reflejo de la compleja situación por la que atraviesa la economía mundial y confianza porque estoy convencido de que a pesar de ello estamos en la senda adecuada y que pronto iremos alcanzando los objetivos que nos tenemos marcados.

Imaginación para llevar a la práctica ideas, propuestas y medidas que mejoren nuestra situación individual y colectiva. El consejo rector va a dedicar a ello todos sus esfuerzos, pero a nivel particular les pediría a todos los socios de las cooperativas de Oleoestepa que también se impliquen en ello. En los consejos rectores de nuestras cooperativas deben estar las personas con mayor capacidad, preparación e ilusión, trabajando por su cooperativa y haciendo llegar a través de sus representantes

4. I+D+I, Exportación,... son algunas de las líneas estratégicas de la marca. ¿Qué proyectos y mercados se están abordando en estas vertientes?

El departamento de I+D+I tiene una vida muy corta en Oleoestepa, apenas un año, sin embargo ya alumbra proyectos importantes que a corto y medio plazo se van a plasmar en ventajas competitivas. Actualmente trabajamos en diferentes proyectos de investigación con Universidades y empresas externas e igualmente se trabaja desde una perspectiva de dirección técnica en la mejora de los procesos productivos de nuestras almazaras y en la optimización del envasado de nuestros aceites, estudios que alcanzan al material empleado en su construcción, mejoras que presentan algunos elementos en el envasado (tapones, cápsulas,) y también en mejorar la presentación de algunos de nuestros formatos de envasado.

En el apartado de mejora de la rentabilidad de las explotaciones, se realizan ensayos para el aprovechamiento de subproductos del olivar y almazaras y sus valoraciones desde el punto de vista energético, agronómico y funcional. Como ve y aunque no es mucho el tiempo de funcionamiento de este departamento si le puedo decir, a modo de resumen, que el departamento de I+D+I de Oleoestepa lleva adelante, entre estudios y proyectos, más de 25 iniciativas.

Respecto a la exportación, solo le diré que estoy absolutamente convencido

de que ahí está gran parte del futuro de Oleoestepa. Actualmente son cuatro las personas dedicadas a este departamento, y deseamos que pronto sean cinco, seis, los que hagan falta. Puedo asegurarle que no vamos a escatimar personal ni medios para este departamento, al contrario, tendrá todo el apoyo que dependiendo de su evolución precise.

Aquí, como en el departamento de I+D+I, estamos en una posición de ventaja cuantitativa y cualitativa respecto de nuestros competidores más directos en la elaboración de aceites de oliva virgen de alta calidad. En la franja que el mercado ofrece a estos productos se sitúan gran cantidad de almazaras y productores individuales que sin duda elaboran un aceite de mucha calidad, pero que sus pequeños volúmenes de

producción hace inviable disponer de estos departamentos especializados, lo cual supone una ventaja muy sustancial para nuestra cooperativa.

5. Oleoestepa cuenta con el aval de la Denominación de Origen Estepa. ¿Qué visión tiene el nuevo presidente de Oleoestepa del papel que ejerce la D.O.P.?

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Estepa, única D.O. existente en la provincia de Sevilla, por su propia función como garante de la calidad de los Aceites de Oliva Virgen producidos en nuestra comarca juega un papel esencial y así es reconocido por una sociedad como Oleoestepa, para la cual la bandera de la calidad constituye principio y fin de todas sus acciones y actuaciones. Los fines y funciones que

sus propios estatutos atribuyen al Consejo Regulador como son la representación, defensa, garantía, formación, investigación desarrollo e innovación y promoción de los productos amparados por la D.O. Estepa son afines y en algunos casos complementarios de los que definen el ser y actuar de Oleoestepa S.C.A., por lo que estimo que es un instrumento esencial para el desarrollo y promoción de nuestros aceites.

Creo, no obstante, que la percepción y el conocimiento por el consumidor final de la garantía de pureza y calidad que la D.O. otorga a los productos por ella amparados no llega a ser plenamente reconocida por el consumidor y, en ese sentido, habrá que redoblar esfuerzos hasta conseguirlo.

Un ejemplo, cuando un consumidor



La percepción y el conocimiento por el consumidor final de la garantía de pureza y calidad que la D.O. otorga a los productos por ella amparados no llega a ser plenamente reconocida por el consumidor y, en ese sentido, habrá que redoblar esfuerzos hasta conseguirlo.

Entre nuestros objetivos está el iniciar conversaciones con sociedades cooperativas de nuestro territorio cuya identificación con nuestra filosofía productiva haga factible su pronta integración en Oleoestepa

que busca un vino de calidad toma una botella de un lineal para adquirirla y comprueba que ese vino no está amparado por una denominación de origen, automáticamente la rechaza, pues considera que la ausencia de ese aval no le ofrece garantía acerca de la calidad del producto. Esto en el aceite aún no se produce, salvo para consumidores expertos y exigentes. Hay pues un camino que ya tiene recorrido el sector del vino y que aún le queda por recorrer al sector del aceite.

Por otro lado, el hecho de que el distintivo de la D.O. se encuentre en la contraetiqueta de la botella hace más difícil su percepción a primera vista. Quizás habría que pensar en un distintivo par el frontal de las botellas, un sello genérico, simple pero llamativo, que distinguiera a todos los productos amparados por las diferentes D. O. del aceite de oliva y que llegara más fácilmente al potencial comprador de estos productos.

6. Este año se celebra el 25 aniversario de Oleoestepa, que tendrá su momento de mayor auge en la XV Fiesta Comarcal del Aceite de Oliva Virgen. ¿Qué aspectos más destacados tendrá el evento?

Pues los que más nos preocupan hoy en día. Como cada año queremos aprovechar nuestras jornadas para transmitir a través de las conferencias y mesas redondas los asuntos de mayor

actualidad que preocupan e interesan a nuestros socios y al sector en general. Este año trataremos sobre recolección mecanizada en olivar tradicional, tanto para verdeo como para molino, la verticilosis, enfermedad extendida en olivar, aunque afortunadamente no mucho en nuestra área de influencia y como no, sobre una visión de la situación económica en Andalucía y por último una mesa redonda que aporte ideas desde cuatro ópticas diferentes para poner en valor el aceite de oliva virgen extra.

De otro lado pues destacar la celebración del 25 aniversario de Oleoestepa en esta ocasión.

7. Desde las administraciones se habla de fusiones, concentración de la oferta. ¿Cuál es la postura de Oleoestepa en este sentido?

En relación con este tema creo que ya he apuntado algo a lo largo de esta entrevista. Es evidente que existe un desequilibrio importante entre la oferta y la demanda en el sector del aceite de oliva. Mientras la demanda se concentra en muy pocas manos, la oferta está muy atomizada y son innumerables las cooperativas y almazaras que salen al mercado haciendo cada una la guerra por su cuenta, lo que se traduce en una competencia irracional entre ellas mismas que lo único que consigue es una bajada generalizada de precios.

Desde esta óptica no admite discusión que la concentración de la oferta en manos del sector cooperativo es una medida necesaria. Oleoestepa ya lo viene diciendo y haciendo desde hace 25 años, siempre estará a favor de la concentración de la oferta apoyando la creación y el mantenimiento de estructuras bien dimensionadas, dirigidas y gestionadas por profesionales cualificados, para la venta en común de sus aceites de oliva. Sin embargo, hay un segmento de la producción que lo constituyen los aceites de oliva virgen extra para los cuales no solo no se produce el desequilibrio en la oferta citado anteriormente, sino que la demanda supera en muchas ocasiones a la oferta, lo cual no significa que estos aceites no tenga también sus problemas de comercialización pero quizás requieran otro tipo de soluciones.

Respecto a fusiones e integraciones, entre los objetivos de esta presidencia esta el iniciar conversaciones con sociedades cooperativas de nuestra comarca y limítrofes cuya identificación con nuestra filosofía productiva haga factible su pronta integración en Oleoestepa, lo cual en definitiva redundará una mayor concentración de la oferta para los aceites de oliva virgen extra de nuestra comarca.

Por último y como colofón a esta entrevista me gustaría hacer llegar a nuestros socios una reflexión. A la hora de producir aceite de oliva virgen creo que solo existen dos alternativas. Una sería mantenernos y superarnos en los niveles de excelencia y calidad alcanzados, intentando ser los mejores en ello y la otra sería intentar ser más competitivos adecuando nuestras estructuras productivas para que así pudieran soportarlo. Sinceramente creo que estamos mucho mejor preparados para lo primero que para lo segundo.



Calidad Extra

Una apuesta por la excelencia

Hay partes del sector del aceite de oliva cuyas estrategias están llevando al aceite a ser considerado como un producto commodity. Es por ello, y por la firme apuesta de nuestras marcas por la calidad, por lo que traemos a esta revista la opinión de figuras relevantes del sector acerca de la importancia de apostar por la excelencia.

Pepe Alba

Eliminar el análisis sensorial solo favorecería a los aceites de calidad media o de baja calidad y los países productores se convertirían en meros productores de aceites para la refinación

El término calidad va unido a la fabricación y/o a la aparición en el mercado de cualquier producto, se asocia generalmente a la bondad de su constitución, comportamiento, aspecto y utilización, cuando se trata de un producto alimentario el concepto calidad se puede definir como “conjunto de propiedades y características intrínsecas y extrínsecas, que están directamente relacionadas con su composición, características sensoriales y utilización, diferenciándolo de otros productos similares”.

Como es lógico en el concepto calidad, existen diferentes niveles o categorías, establecidas científicamente y reglamentadas, en base a un conjunto de parámetros físico-químicos y sensoriales fundamentados en el conocimiento científico-técnico de cada producto.

Estos conceptos son los que se utilizan en la valoración de la calidad de los aceites vírgenes de oliva, pero es necesario conocerlos, comprenderlos y divulgarlos, para que en primer lugar, los productores y transformadores sepan cuales son sus responsabilidades en la cadena de la calidad, conozcan los factores de influencia, utilicen sistemas de control de calidad y clasifiquen correctamente el producto que elaboran, denominando y/o etiquetando su categoría correctamente, para cuando los aceites vírgenes entren en los canales de comercialización, no se confunda a los compradores/consumidores, ya que entre la cantidad de denominaciones que actualmente existen para los aceites procedentes de la aceituna, o relacionados con ella, como son: virgen extra, virgen, oliva suave, oliva intenso y orujo de oliva, y lo que es peor sin saber realmente lo que son cada uno de ellos, esta situación origina en la mayor parte de los

casos un lamentable desconcierto y si además se comenta el concepto calidad y no se explica correctamente, la mayor parte de los consumidores optan por elegir el de menor precio, ya que consideran que todos son iguales, y la realidad no es así, si se hacen las cosas adecuadamente sobre todo en los países eminentemente productores.

Por tanto, se considera imprescindible y necesario informar y dar a conocer exhaustivamente y de forma continuada, en qué se basan las diferentes denominaciones de los aceites, qué es y que influencia tiene el concepto calidad en cada categoría y cómo pueden conocerse las diferencias en su elaboración, constitución, características aromáticas, sabor, color, así como su repercusión en la salud, para que el consumidor pueda decidir en base al conocimiento que aceite quiere y como debe utilizarlo.

Pepe Alba ha sido Director de la Almazara Experimental del Instituto de la Grasa durante muchos años y, además, ha participado en 23 Proyectos de Investigación y numerosas publicaciones, todas relacionados con la tecnología de elaboración, características y calidad del aceite de oliva virgen

El principal responsable en la calidad del aceite virgen es el oleicultor, que debe considerar al olivo como un árbol frutal al que debe aplicar las técnicas agronómicas necesarias para producir aceitunas con buen desarrollo y estado sanitario; debe controlar adecuadamente la evolución de la maduración y realizar la recolección en su punto óptimo, que es cuando el contenido y calidad del aceite es máximo. Cualquier alteración en el desarrollo de las aceitunas debido a factores agronómicos, sanitarios, climatológicos, de recolección, separación de calidades, almacenamiento y transporte, afectará básicamente a la calidad del fruto y del aceite.

La almazara es una industria alimentaria y su responsabilidad está relacionada con las características de las frutas que recibe, con las condiciones que adopte en los diferentes procesos

de la elaboración, fundamentalmente con el tiempo de almacenamiento de las aceitunas, la temperatura y tiempo de batido, la adición de agua incontrolada, la regulación y condiciones de la alimentación en la centrifugación horizontal y vertical, la decantación excesiva y sobre todo por la falta de limpieza de los equipos por donde circula la pasta de aceitunas y el aceite, y por supuesto por no realizar una correcta clasificación sensorial del aceite antes de trasvasarlo a la bodega.

La responsabilidad de la almazara continúa durante el almacenamiento del aceite en la bodega, ya que son factores de influencia negativa, la temperatura ambiente de la zona, la no diferenciación de depósitos por calidad, la limpieza y purgas periódicas de los depósitos, la inertización de los depósitos de calidad y la clasificación físico-química y sensorial de los aceites almacenados.

A partir de este momento los aceites vírgenes deben estar disponibles para entrar en los canales de comercialización, a granel o envasado; en ambos casos debe ser de obligado cumplimiento para la empresa, conocer las características de calidad de los diferentes aceites almacenados, para saber ofrecer y defender su verdadero valor real y comercial.

Para poder disponer de la información relacionada con la composición y calidad de los aceites, es necesario realizar una serie de determinaciones físico-químicas reglamentadas como son: Acidez, Índice de peróxidos, K₂₃₂, K₂₇₀, Delta-k, Ceras, Ácidos grasos, Estigmastadieno, Ésteres alquílicos, Diferencia ECN₄₂ (HPLC) y ECN₄₂ (teórico) y la Evaluación organoléptica de la mediana del defecto y de la

mediana del atributo frutado.

Las determinaciones analíticas indicadas anteriormente se realizan en un laboratorio certificado, especializado en aceites y la evaluación organoléptica se realiza por un panel de cata certificado, siguiendo la normativa reglamentada existente. La categoría de composición y pureza del aceite es función de los valores analíticos que se obtengan en cada determinación, debiendo estar dentro de los límites reglamentados para cada tipo.

Como se deduce de lo anteriormente indicado, existen dos tipos de valoración analítica, por una parte los íntimamente relacionados con la composición y pureza, que normalmente no puede interpretar el consumidor no experto, ya que solo indica valores numéricos y por otra la evaluación sensorial, que efectivamente la determina un panel de cata dirigidos por un jefe de panel y un grupo de 8-12 catadores expertos, seleccionados y entrenados de forma continua que realizan individualmente la valoración sensorial de los aceites vírgenes siguiendo la norma internacional reglamentada, en la que se valoran de forma objetiva la percepción de la intensidad de las características organolépticas relacionadas con los atributos de calidad, como son: el frutado de aceitunas, amargo y picante y la percepción de la intensidad de los defectos como son: atrojado/borras, moho/humedad, avinado/avinagrado, metálico, rancio y otros.

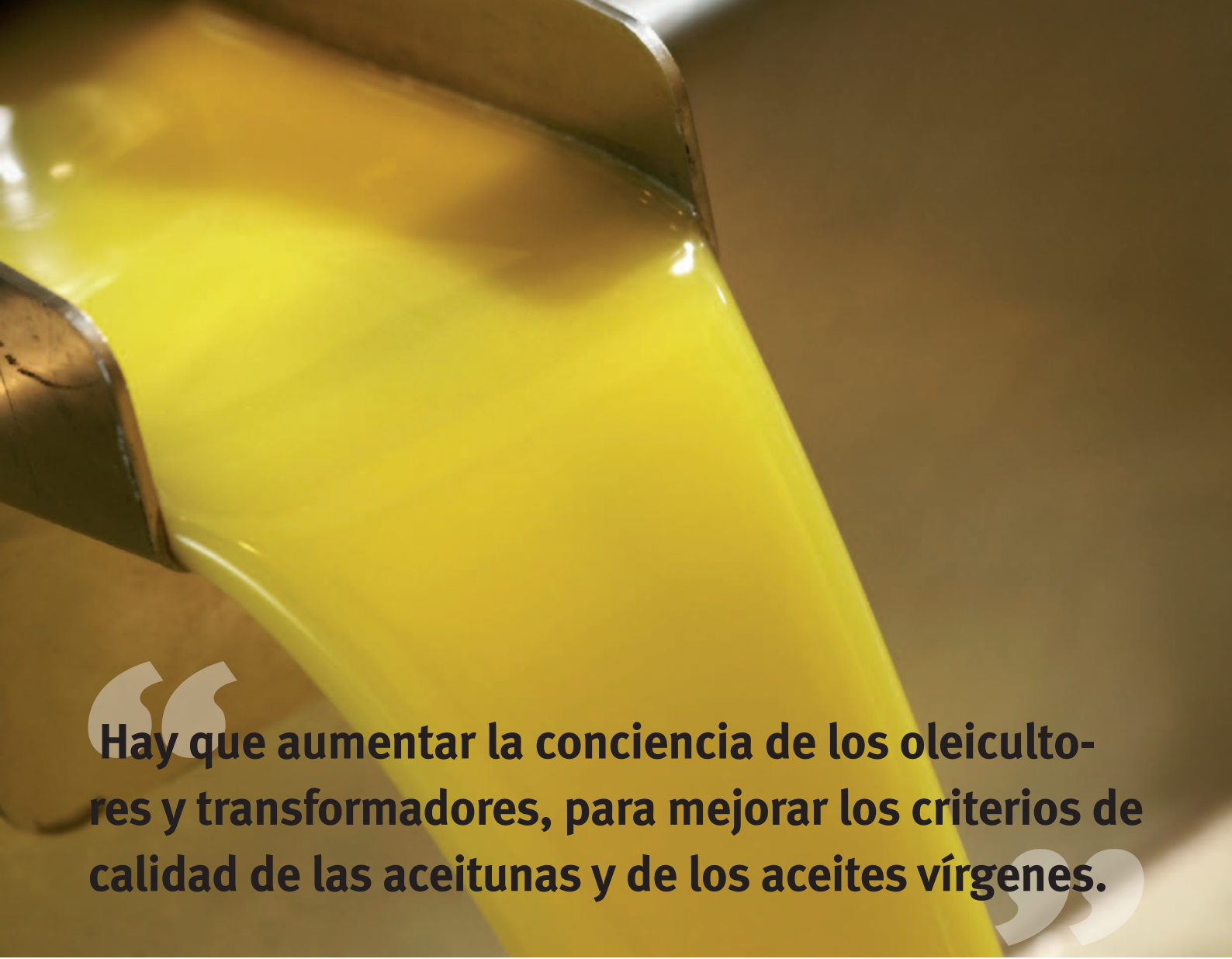
El jefe de panel recibe las puntuaciones de todos los catadores y obtiene las medianas de los atributos positivos y negativos, y en función de estos valores se clasifican los aceites según los valores límites establecidos en el reglamento oficial.

Para que un aceite virgen pueda tener una determinada clasificación, tiene que cumplirse que ambas determinaciones, las de composición y pureza y la evaluación sensorial, estén dentro de la normativa establecida.

Es necesario saber que de forma continuada el Consejo Oleícola Internacional y la Comunidad Europea actualizan los límites de las diferentes determinaciones analíticas y ponen a punto los métodos analíticos relacionados con la composición y pureza y de igual forma acredita los paneles de cata registrados.

Los aceites vírgenes de oliva son de forma natural el zumo oleoso de las aceitunas, cuando se elaboran con frutos sanos y frescos, son prácticamente los únicos que tienen una composición muy saludable para el consumo humano

Lo que debe hacer este país es aumentar la cultura del aceite virgen en los consumidores, para que sepan diferenciar los diferentes aceites que están en el mercado, informando correctamente de la correlación que existe entre calidad de aceite y la salud que aporta.



“Hay que aumentar la conciencia de los oleicultores y transformadores, para mejorar los criterios de calidad de las aceitunas y de los aceites vírgenes.”

y además poseen características sensoriales muy diferenciales y agradables, capaces de mejorar cualquier otro alimento.

Por tanto el que un aceite virgen posea unas características sensoriales muy apreciadas, es necesario destacar y valorar, ¿como se hace esta valoración?, por ahora no existe otra metodología que utilizar el mejor equipo sensorial existente, el que posee el ser humano, el olor, el sabor y el conjunto de ambos denominado retrogusto, por supuesto educando, formando y entrenando estos órganos sensitivos en los diferentes perfiles que poseen los aceites. Con esta técnica se forman los catadores y se constituyen los paneles de cata.

Es sensato prescindir de esta valoración sensorial, creo que sería un grave error que solo favorecería a los aceites de calidad media o de baja calidad y los países productores se convertirían en meros productores de aceites para la refinación y aumentar la producción y consumo del denominado aceite de oliva.

Pensando bien, eso es lo que pretenden algunas asociaciones de productores y envasadores, parece que solo piensan a corto plazo y por supuesto no en la defensa del olivar, como centro productor de un aceite que es y tiene que ser diferenciado por su composición y por sus características organolépticas.

Según mi formación y convicción lo que se debe hacer en este país, primer productor de aceite virgen por su forma de elaboración, es aumentar la cultura del aceite virgen en los consumidores, para que sepan diferenciar los diferentes aceites que están en el mercado, informando correctamente de la correlación que existe entre calidad de aceite y salud, de las auténticas características sensoriales de los aceites vírgenes de calidad para su utilización en crudo y de cómo se deben utilizar otros aceites en la alimentación.

De igual forma aumentar la conciencia de los oleicultores y transformadores, para mejorar los criterios de calidad de las aceitunas y de los aceites vírgenes.

Brígida Jiménez

La directora del Ifapa de Cabra y experta catadora de aceite de oliva virgen extra es una firme defensora de los aceites de oliva vírgenes extra

Comienzo a escribir este artículo en Belo Horizonte una ciudad muy importante de Brasil, donde hace unas horas realice un taller de aceite de oliva organizado por varias Instituciones entre las que se encuentra, la Interprofesional y el Instituto Cervantes.

Necesitaba escribir para compartir con vosotros, productores de aceite de oliva, la emoción de los asistentes al seminario cuando descubren las sensaciones olfato-gustativa del aceite de oliva virgen, es impresionante, me recuerda la expresión de un niño el día de Reyes Magos.

Es conocido para gran parte de los consumidores, que el aceite de oliva al igual que los aceites de semillas, son grasas vegetales, importantes en la dieta por su función plástica y energética, mas sanas que las grasas animales debido al bajo contenido en colesterol, pero la información del consumidor no se debe de quedar ahí, tiene que conocer que el aceite de oliva virgen es el zumo obtenido del fruto del olivo “la aceituna”, extraído por procedimientos mecánicos o físicos a temperaturas muy bajas para evitar la pérdida de componentes menores, haciéndolo diferente al resto de los aceites, aportándole ventajas sensoriales, nutricionales y terapéuticas.

Mi experiencia en el mundo sensorial, me reafirma que la cata es un medio divertido, práctico, directo e intuitivo pues permite al participante experimentar y juzgar por uno mismo. En una cata de aceite de oliva virgen, se le introduce en el mundo de la percepción de los aromas y sabores al mismo tiempo, se aprende a reconocer los descriptores, las diferencias sensoriales características de cada variedad, descubren como esos aceites pueden utilizarlos en la alimentación y que efectos positivos para la salud le aportan, a los consumidores se le abre un mundo nuevo y a la vez una gran necesidad de profundizar en el conocimiento del aceite de oliva virgen.

Es por tanto fundamental la formación al consumidor en las características sensoriales del aceite de oliva virgen, y que lo haga con la Cata como forma de comunicación, ya que

es un zumo natural y por tanto no existe competencia con el resto de los aceites que tienen que ser refinados, perdiendo durante el proceso los componentes menores, quedando la fracción grasa en la que solo podemos apreciar la sensación táctil o quinestética de mayor o menor fluidez y el rancio cuando se oxida.

Utilicemos lo que nos diferencia, que son LAS CARACTERÍSTICAS SENSORIALES del aceite de oliva virgen en la que podemos apreciar sensaciones olfativas directas o retronasales como: frutado, verde, hierba, manzana, plátano alcachofa, almendra, hoja, etc, sabores dulce o amargo, persistencia retronasal y sensaciones táctiles tales como fluidez y picante. Estas características, únicas en el aceite de oliva virgen son el alma del producto, sus señas de identidad, y a la vez la oportunidad de negocio para el sector oleícola. El análisis sensorial que se define como una disciplina científica usada para medir, analizar e interpretar las reacciones humanas ante aquellas características de los alimentos que son perceptibles por los sentidos. Siendo su instrumento de medida es el panel test y la valoración organoléptica se realiza según el Reglamento (CE) Nº 640/2008 de la Comisión de 4 de julio de 2008, por un panel de cata normalizado según normas COI. El aceite de oliva virgen es uno de los pocos productos alimentarios que su evaluación sensorial esta normalizada a nivel mundial por un Organismo Intencional como es el COI y ratificados por Reglamentos Comunitarios.

Aprovechemos que es un producto único desde el punto de vista sensorial nutricional y terapéutico, que es fácil comunicárselo a los consumidores por medio de la cata y que su valoración sensorial esta regulada para garantizar al consumidor el etiquetado del producto.

Trabajemos todos unidos: Productores, Industriales, Envasadores, Distribución, Técnicos, Consumidores, solo con la unión de todos podremos salvar un cultivo milenario, que continuara en el tiempo a pesar de todas las adversidades que ha sufrido a lo largo de su historia.

Juan Ramón Izquierdo

El Jefe del Panel de Catadores del Ministerio de Agricultura ve fundamental mantener el análisis sensorial como valoración imprescindible de los aceites

En los últimos meses, en el sector oleícola se han venido haciendo diferentes propuestas con objeto de mejorar la calidad del aceite virgen. Distintas asociaciones han ido publicando cartas donde mostraban sus ideas y soluciones para ello. Prácticamente todas las propuestas tenían en común un punto en concreto que no era otro que qué hacer con el panel test, prueba máxima de calidad de los aceites vírgenes de oliva. Entre todas ellas, ha habido propuestas en un sentido determinado, acotar su campo de acción y delimitar la responsabilidad del envasador en la cadena y otras en sentido contrario, es decir, usarlo más a menudo en el control del aceite envasado.

Esta puesta en escena de la determinación del panel test por parte de quienes dicen sentirse agraviados por los resultados que se obtienen de su aplicación, tiene su origen, en mi opinión, en un hecho objetivo muy concreto y constatable y que no es otro que el que la producción de aceite virgen comestible real no alcanza la demanda existente en la actualidad, y el panel test señala inequívocamente esta dificultad de forma descarnada. El hecho de que España produzca un volumen muy importante de aceite de oliva lampante no es culpa del panel test, no hace falta decirlo. La lectura correcta es exactamente la contraria. Si nuestro amado país produce una importante cantidad de aceite virgen comestible es gracias a que la determinación de los atributos sensoriales fue adoptada como prueba de calidad en su momento, aunque no querer reconocer este hecho es libre. La solución a este problema de escasez, pienso que no es otra que producir más cantidad de aceite virgen comestible mediante las acciones oportunas en almazara y en el olivar y no emprender una carrera para restringir los parámetros físico-químicos que puede dejar en fuera de juego un buen número de aceites vírgenes absolutamente válidos hasta el momento, lo cual agravaría, por otra parte, el problema antes citado.

Para quien no lo conozca, por el término de panel test se conoce a la determinación de las características organolépticas de los aceites vírgenes, mediante un panel de catadores cualificado de acuerdo a la reglamentación comunitaria y, además, acreditado según norma ISO 17025, como requisito de

garantía de calidad adicional. Ese panel, o grupo de personas rigurosamente entrenadas y cualificadas, está compuesto por un número mínimo de 8 personas y un máximo de 12 analizando de acuerdo a criterios objetivos acordados por organismos internacionales. Se utiliza esta determinación únicamente para control oficial por parte de las autoridades.

¿POR QUÉ ES NECESARIO EL PANEL TEST?

Del olivo proceden las aceitunas y de éstas, el aceite virgen de oliva: el zumo de las aceitunas. Precisamente, su carácter natural de zumo de fruta, le proporciona características organolépticas notables, es decir, atributos que no pueden ser ocultados, positivos y negativos y que son percibidos por los sentidos de quienes lo consumen. Las percepciones y sensaciones placenteras no son más que la manifestación externa de todo aquello que permanece oculto en el seno del aceite virgen y que le proporciona todas sus propiedades saludables, terapéuticas y nutricionales. Y todas éstas son las que hacen al aceite virgen el rey de todas las grasas y aceites existentes y lo diferencian hondamente del resto. Debería ser considerado por ello, patrimonio de la humanidad, reconocido, reverenciado y preservado por todos.

El aceite virgen de oliva es la razón de ser del olivar y cuanto antes sea reconocido así por todos los agentes que componen el sector, antes se podrá iniciar la senda que lleve al zumo al lugar que le corresponde. Las características organolépticas son su estandarte, el rasgo más prominente de su poderosa personalidad. Este aspecto que es meridianamente claro para la mayoría, sin embargo no lo es tanto para algunos que no sólo no lo comprenden sino que, sorprendentemente, lo cuestionan. Son los indiferentes, gente que trabaja en el sector pero que no lo ama porque, en realidad, no lo conoce.

Lamentablemente, las definiciones legales actualmente vigentes no hacen justicia al zumo de las aceitunas porque no lo diferencian adecuadamente de aquellos otros aceites que usan el nombre “oliva”, pero que no son zumo en realidad. El consumidor muchas veces siente perplejidad ante tanto

“aceite de oliva” siendo incapaz de saber qué es el aceite virgen y si éste es mejor o peor que el aceite refinado de oliva, por ejemplo. Y este hecho no refleja la realidad de la oleicultura en general y de todo lo que ésta proyecta en la sociedad y en la cultura humanas. Éste, en mi opinión, es uno de los muchos obstáculos que el sector tiene, o tendrá, que sortear si quiere seguir su camino independientemente de aquello que no es zumo de aceitunas y, sin embargo, quiere parecer que lo es, aprovechando la indefinición legal actual. Desde mi humilde punto de vista de observador, el aceite virgen de oliva todavía está desubicado y lo está porque una buena parte sus agentes también lo están.

El zumo de la aceituna puede ser de buena o de mala calidad dependiendo, fundamentalmente, de la materia prima de partida y de su viaje a la almazara y posterior tratamiento en ésta para extraerlo. Podemos dividirlo, de acuerdo a todos los factores que afectan a su extracción de las aceitunas y, en consecuencia, a su calidad intrínseca, en dos grandes grupos: el aceite virgen comestible y el aceite virgen que no lo es, denominado aceite de oliva lampante. En esta categoría deseo incluir a los denominados aceites desodorizados, que son aceites parcialmente refinados, denominados popularmente como “deodoratos” o aceites dulces.

El aceite virgen comestible puede ser de dos categorías, EXTRA y VIRGEN. Y es en este punto donde entra a trabajar el panel test, como único elemento capaz de distinguir, en la actualidad, las tres categorías de aceite desde el punto de vista sensorial. Y no hay otro, so pena que se quiera envasar

aceite de oliva lampante y venderlo como comestible con las bendiciones legales correspondientes, si las características organolépticas no son tenidas en cuenta.

Y este elemento diferenciador es, y ha sido, además, un potente catalizador de la calidad en el aceite virgen siendo la herramienta con la cual algunos productores realmente comprometidos, que todos conocemos y admiramos, han llevado a la cúspide del mundo de la alimentación sus aceites vírgenes, hecho éste reconocido por y en la propia cuna de los aceites de calidad: Italia.

El panel test es, además, una poderosa herramienta en manos de la Administración, ya que defiende los intereses de los consumidores y los protege del fraude, pues es el escudo que impide, o debería de impedir, que el aceite de oliva lampante llegue hasta ellos. Y hay que entender por fraude la acción que resulta contraria a la verdad y a la rectitud, y que perjudica a la persona contra quien se comete.

Sobre este aspecto, desearía realizar alguna reflexión. Como decía con anterioridad, algunos envasadores no tienen nada claro que este aceite de peor calidad, el oliva lampante, no pueda llegar al consumidor envasado, apoyándose para ello en la extravagante filosofía de que si el consumidor lo demanda, ¿por qué no lo van a hacer? Estas personas no sólo mantienen esta falsa premisa, sino que, además, la llevan a cabo obstinadamente, dado lo reiterativo de sus acciones, demostrando un desprecio absoluto por el consumidor y la ley vigente. Esta actitud es doblemente dolosa y prevaricadora porque, además, se hace con pleno conocimiento de causa.

No voy a entrar a razonar el por qué no se puede proporcionar aceite de oliva lampante a un consumidor, porque para ello sólo hay una respuesta: la ley lo impide. La norma Comercial del Consejo Oleícola Internacional define al aceite de oliva virgen lampante como no apto para el consumo directo. Sin embargo, y esta quizá sea una de las causas por la cuales se sigue envasando lampante, no define o explica qué es lo que se entiende como No Apto para el Consumo. Para poderlo saber, y ayudar así a estos indiferentes desorientados, es necesario recurrir a la legislación de la Unión Europea, donde se define qué es un alimento no apto para el consumo. El REGLAMENTO (CE) Nº 178/2002 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 28 de enero de 2002, en su artículo 14 “Requisitos de seguridad alimentaria”, en su apartado 5, indica lo siguiente:

“A la hora de determinar si un alimento no es apto para el consumo humano, se tendrá en cuenta si el alimento resul-

En ciertos ámbitos hay una corriente de pensamiento, desde mi punto de vista, perversa, que da más importancia a impedir que el fraude salte a los medios de comunicación, que al fraude en sí. A veces parece que hay mayor preocupación por proteger al defraudador que al defraudado.

ta inaceptable para el consumo humano de acuerdo con el uso para el que está destinado, por estar contaminado por una materia extraña o de otra forma, o estar putrefacto, deteriorado o descompuesto.”

Y este párrafo es de aplicación, por supuesto, a las aceitunas que dieron origen a estos aceites lampantes. Para que no quepa la menor duda al respecto.

Ahora el camino para poder envasar aceite de oliva lampante se percibe claro y diáfano, aunque parece largo, poco estético, tedioso y sin certeza del más mínimo éxito. Para poderlo hacer, pues, habrá que modificar los reglamentos europeos que prohíben envasarlo y finalmente, modificar la Norma Comercial, del Consejo Oleícola Internacional. Habrá, obviamente, que convencer a muchos países de las muchas bondades de la ingestión de este tipo de aceites, pero sin embargo, a algunos de estos países será difícil hacerlo porque están profundamente comprometidos con el concepto de calidad. Y no digamos a los países oleícolas emergentes, algunos de los cuales los españoles han enseñado lo que es un buen aceite virgen, y donde no tienen el pesado fardo a la espalda de malas prácticas oleícolas de años y años de historia que tenemos nosotros.

Supongamos por un mal momento que lo consiguen. Habría que envasarlo, etiquetarlo y venderlo. Y aquí es donde se encontrarían con otro problema importante, donde ya no entraría en juego la legislación sino la honestidad. No se debe olvidar nunca que una etiqueta es un compromiso firme y moral del que vende para con el que compra, en el sentido de que lo que se dice que es, lo es en realidad. De acuerdo a ello, en el rótulo del envase debería aparecer el nombre real del producto: ACEITE DE OLIVA LAMPANTE. Y, a continuación, habría que explicarle al consumidor de que producto se trata: “Aceite de oliva de la peor calidad, procedente de aceitunas fermentadas, putrefactas, heladas, enmohecidas, etc.” Sólo así se actuaría con decoro con el comprador de la mercancía, que sabría realmente qué es lo que compra en realidad y podría decidir libremente qué hacer en consecuencia. Así, pues, ahora los envasadores de aceite de oliva lampante ya saben lo que tienen que hacer. Hasta entonces, deberán permitir que las leyes actualmente vigentes, con el panel test como instrumento, les señalen con el dedo por lo que, también, deberán estar dispuestos a asumir las consecuencias de sus actos y no salir corriendo despavoridos a esconderse debajo de los faldones del poder establecido. Parece sensato pedirlo y que así sea.

No deseo terminar este artículo sin hacer mención a otro factor que, en mi opinión, distorsiona la realidad oleícola

nacional. En ciertos ámbitos hay una corriente de pensamiento, desde mi punto de vista, perversa, que da más importancia a impedir que el fraude salte a los medios de comunicación, que al fraude en sí. Esta forma de pensar invierte los principios, pues se da la impresión de mayor preocupación por proteger al defraudador que al defraudado. En realidad, lo que realmente preocupa es que el burlado no se entere de la burla, no sea que pueda tomar medidas en consecuencia, algo absolutamente lícito, por otra parte, si lo hiciera. Ejemplos, haberlos, haylos.

En mi opinión, se debería interiorizar que estamos en una sociedad democrática avanzada donde el ciudadano sabe qué es lo que tiene que hacer en todo momento, porque es libre y responsable de sus actos y su comportamiento en general. No necesita, por lo tanto, ni de un Estado paternalista, ni de ningún grupo de presión, que le digan lo que tiene que hacer o pensar o que le protejan de algo que no se quiere que conozca porque se ha decidido por él que no es bueno que lo sepa. El Estado debe de tener la obligación de confiar en el ciudadano y no presuponerlo menor de edad, para lo cual ha de demostrárselo dándole libertad, información y normas básicas que puedan ser cumplidas sin esfuerzo y no legislando en abundancia y por doquier, pues en este caso estaremos ante el principio del caos social. “Hay tantas leyes, que uno no tiene la seguridad de no ser colgado”, decía Napoleón Bonaparte.

Cuando alguien defrauda a la sociedad, en nuestro caso en el campo de la alimentación, está cometiendo un delito social. Y lo está cometiendo contra individuos indefensos que confían plenamente en quien los defrauda, ya que compran un producto en base a lo que defraudador les dice lo que es en la etiqueta. Por eso, en mi opinión, cuando los defraudadores son recalcitrantes, su expediente sancionador debería ser llevado al ámbito judicial con objeto de que los propios defraudados, además de la propia administración, puedan personarse en la causa como acusación.

Cuando existe un fraude y se trata de proteger el nombre de quien defrauda a la sociedad, se consigue el efecto contrario al deseado, pues entonces la sombra de duda planea sobre todo el sector, y no sobre los pocos que van por libre. La sociedad democrática no sólo tiene el derecho de ser informada de quien le estafa, sobre todo si el fraude es reiterativo, sino que el Estado tiene, o debería tener, la obligación de prevenirla para que pueda actuar en consecuencia. Esperemos que la luz de la razón se abra camino en la espesa oscuridad actual que nos rodea y a la que algunos se entregan sin reflexionar.



REVUELTO DE BACALAO Y PATATAS PAJAS

INGREDIENTES

750 g de Bacalao, 1 Cebolla, 2 Dientes de Ajo, 1/2 kg de Patatas, 6 Huevos, Aceite de oliva virgen extra,

PREPARACIÓN

Se pican la cebolla y los ajos en trozos pequeños, se echan a una sartén con aceite de oliva virgen extra y se rehogan. Cuando la cebolla esté dorada se añade el bacalao (desalado el día anterior) en trozos pequeños y sin espinas y lo dejamos rehogar.

A continuación se pican las patatas en tiritas finitas o forma pajas y se fríen en abundante aceite de oliva virgen extra. Una vez estén fritas se le agregan al bacalao, que dejamos en la sartén, junto con los huevos batidos previamente, y lo movemos todo hasta que quede bien mezclado. Una vez se cuaje bien el huevo ya estará listo para servir.

¡Concursa y gana un Estuche Gourmet para ensaladas!

Si deseas participar solo tienes que enviarnos una carta al Aptdo. de Correos 181 de Estepa o un email a comunicacion@doestepa.es con tus datos personales (Nombre y Apellidos, Dirección, Teléfono y Email -en el caso de que dispongas de él-) indicándonos en qué programa de televisión salen actualmente los aceites de oliva vírgenes extra de Oleoestepa.



La ganadora del concurso del anterior número de la revista es
Beatriz Muñoz Cárdenas

*Arte de cultivar la tierra.



- **Colaboramos**
en el crecimiento y formación
de nuestras cooperativas
- **Apostamos**
por los productos de calidad y
con Denominación
de Origen (D.O.)
- **Lideramos**
proyectos de I+D como socios
desde la Corporación
Tecnológica de Andalucía (CTA)
- **Participamos**
en las iniciativas empresariales
de carácter agroalimentario
- **Colaboramos**
con el Foro Encinal para la
Conservación y Defensa
de la Dehesa
- **Potenciamos**
los eventos feriales
en torno a la agricultura
y la ganadería



con
la
agricultura*



25 años de

Extra

pasión

XV FIESTA COMARCAL
del aceite de Oliva Virgen Extra
Estepa, 19 y 20 de abril de 2012

