



El Manzanillo

GRUPO MANZANILLA OLIVE

www.manzanillaolive.es

SUMARIO

- 1 Nueva Imagen Corporativa de Manzanilla Olive Pag. 2
- 2 Manzanilla Olive, certificada en Calidad y Seguridad Alimentaria con BRC e IFS Pag. 5
- 3 Nuestras Cooperativas: Paradas, SAT Aceituna de Verdeo Pag. 6
- 4 Jornadas de puertas abiertas: nos visitan nuestras cooperativas de base Pag. 7
- 5 Sevilla, de donde vienen las aceitunas Pag. 9
- 6 Manzanilla Olive participa en la PLMA FOOD Mayo 2015, Holanda Pag. 10
- 7 El nuevo modelo del consumidor, conozcamos su perfil y sus motivaciones para el consumo Pag. 11
- 8 Alerta sobre los alimentos que producimos y consumimos: el uso de los pesticidas Pag. 12
- 9 Recetario: "Gazpacho de Ajo Blanco y / o tomate" Pag. 12

EDICIÓN N° 4

Junio 2015

Publicación trimestral

Grupo Manzanilla Olive SCA. 2º grado

Ctra. (A-362) Utrera-Los Palacios km 3,5

Apto. Correos 51

41710 Utrera (Sevilla)

Telf.: 0034 954 863 395

Fax: 0034 954 873 662

www.manzanillaolive.es

info@manzanillaolive.es

IMPRIME Y MAQUETA

Ibergrafic Morón

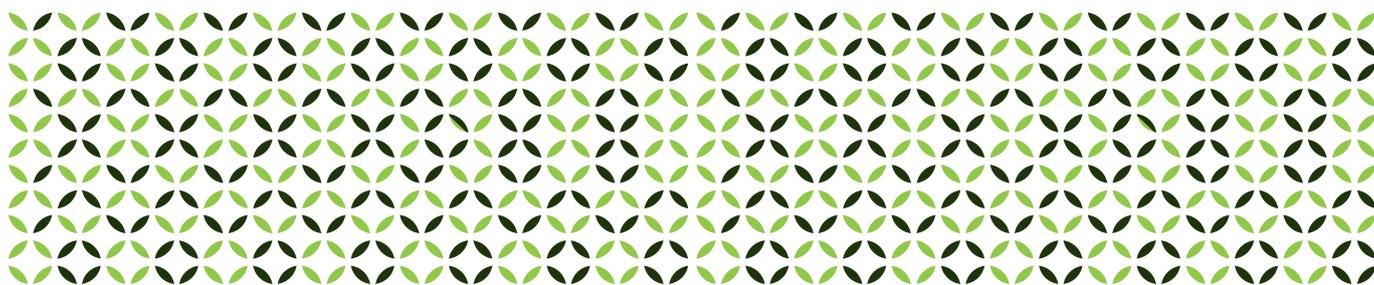
DISTRIBUYE

Cedepa (Aturem). Centro especial de empleo



Contraportada "Las aventuras de Gordaleta y Manzanilla" El origen

manzanilla Olive



manzanillaOlive

1 Nueva imagen corporativa de Manzanilla Olive

■ ANTONIO JIMÉNEZ HIDALGO. Director General de Manzanilla Olive

Para Manzanilla Olive 2010 fue el año de asumir un gran reto, construir un ambicioso proyecto en común, donde podamos tomar decisiones y crecer juntos, con nuestros socios agricultores, con nuestras cooperativas de base y con nuestro territorio.

En 2014, estábamos preparados, ya éramos una realidad y ahora podíamos ofrecer un producto, la aceituna de mesa, con total garantía de suministro y una completa gestión de la trazabilidad del mismo, desde el origen hasta la comercialización de la aceituna de mesa envasada, todo ello gracias a la profesionalidad y la calidad gestora con que se realiza el trabajo por parte de su equipo humano y con el apoyo de la estructura de base de las nueve cooperativas de 1er grado y de sus 6.000 socios agricultores.

Para el 2015 el propósito de Manzanilla Olive es mostrar una nueva imagen corporativa coincidiendo con el comienzo del envasado de aceituna de mesa para su comercialización nacional e internacional; Manzanilla Olive quiere compartir con todos su nueva imagen, su nueva seña de identidad.

¿Qué representa esta nueva imagen?

Representa un cambio de actitud. Representa la decisión de abrir camino en un sector que necesita la renovación que trae Manzanilla Olive, la conexión con los diferentes segmentos de clientes. Esta nueva identidad habla de nosotros de una manera diferente, alberga historia, tradición, trabajo, esfuerzo y emociones por compartir un proyecto que une a personas, a empresas, que une sueños



NUESTRAS COOPERATIVAS DE BASE:

Ntra. Sra. de las Virtudes SCA
(La Puebla de Cazalla, Sevilla)

San José SCA
(La Puebla de Cazalla, Sevilla)

Labradores de la Campiña SCA
(Arahal, Sevilla)

SAT Aceituna de Verdeo
(Paradas, Sevilla)

Mairena Agrícola SCA
(Mairena del Alcor, Sevilla)

Agrícola Carmonense SCA
(Carmona, Sevilla)

Olivarera La Campana
(La Campana, Sevilla)

Ntra. Sra. Del Rosario SCA
(Fuentes de Andalucía, Sevilla)

San Antón SCA
(Pruna, Sevilla)

por un futuro para el sector del olivar sevillano. Una imagen que envuelve valor, ilusiones y la unión de personas trabajadoras y arraigadas a nuestro campo, a nuestros olivos y a nuestras aceitunas. En tan sólo dos palabras se representan los años de trabajo y toda una vida de dedicación al olivar, de hombres y mujeres, agricultores, jornaleros y jornaleras, maestros cocedores, operadores, técnicos y gestores.

Con todos ellos compartimos una ilusión, poner en movimiento un sueño, pero éste es un sueño de todos, para que todos salgamos adelante.

Ahora las cosas han cambiado, ahora queremos hacer las cosas diferentes.

Con una "O" que representa a la aceituna todavía prendida a su origen, a su olivo, pero adquiriendo la forma de una palabra llena de vida, la vida de los agricultores dedicada al completo a sus campos y sus olivos, con la pasión y la energía que ahora les toca recibir desde Manzanilla Olive, para todos ellos, para nuestros pueblos. Somos Manzanilla Olive.



Comparte tu foto con nosotros
y *envíanos tu selfie*

para un mural fotográfico de:

manzanillaOlive

Desde Manzanilla Olive nos hemos propuesto haceros partícipes de una nueva idea para los trabajos de comunicación y difusión de imagen de Manzanilla Olive.

Queremos mostrar quiénes son los que realmente forman Manzanilla Olive. Y para ello vamos a crear un mural fotográfico, que será colocado en la recepción de Manzanilla Olive, donde estén recogidas estas fotos que ahora os pedimos.

Para ello nada más fácil que pedirnos como trabajadores/as y socios/as - agricultores/as de nuestras cooperativas de base, que nos hagáis llegar vuestros Selfies (en lenguaje coloquial, se trata de nuestro autorretrato, esa foto que nos hacemos nosotros mismos con el móvil) realizado en cualquier momento de vuestro trabajo, es decir, en vuestro entorno natural de trabajo, bien en el olivar, en el tractor, en la fábrica, en la oficina, etc. Donde sea más representativa vuestra labor y vuestra tarea. ¡¡Queremos un selfie del momento en el que estáis vosotros!!

Para el envío de vuestro selfie (vuestro autorretrato) podéis hacerlo al: nº de telf.: 637 926 474 o bien, al siguiente correo: comunicaciones@manzanillaolive.es



2 Manzanilla Olive, Certificada en Calidad y Seguridad Alimentaria con BRC e IFS

■ DEPARTAMENTO DE CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA DE MANZANILLA OLIVE

Teníamos que demostrar que estábamos preparados, listos para asumir nuevos retos y gracias al esfuerzo y dedicación del Equipo Técnico de Calidad de Manzanilla Olive, lo hemos conseguido. Han trabajado a contrarreloj, pero han trabajado en equipo, y el resultado ha merecido la pena; estamos orgullosos porque lo hemos logrado. Ahora sabemos que podemos hacerlo, podemos abrirnos camino y continuar.

A poco de iniciarse este año 2015, Manzanilla Olive, ha obtenido las dos Certificaciones de Calidad BRC (British Retail Consortium) e IFS (International

Food Standard); dos estándares fundamentales y esenciales para los proveedores de alimentos del sector de la distribución alimentaria.

Se trata de normas de seguridad y calidad alimentaria de suma importancia y de aplicación a nivel mundial. Cualquier empresa de la industria de alimentación que quiera envasar y comercializar sus productos y ofrecerlos con total confianza al consumidor, debe haber obtenido dichas certificaciones con anterioridad a iniciar su proceso productivo. De ello depende su entrada en mercados internacionales y mundiales.



En la foto, haciendo entrega del certificado, María José Flores, de la certificadora TÜV Rheinland, y recibéndolo, el Director General, Antonio Jiménez, junto al equipo técnico de calidad de Manzanilla Olive. Abril 2015

¿Por qué es tan importante estar certificados?

Con la certificación estándar global BRC e IFS, se pueden cumplir las exigencias de los clientes comerciales; asegurar la posición en el mercado internacional así como mejorar la seguridad alimentaria y la calidad de los productos ofertados.

Si detallamos un poco más, la BRC e IFS le permitirá a la organización: Dar evidencia del compromiso que ha adquirido, proporcionar una herramienta para mejorar el rendimiento de seguridad alimentaria, los medios para controlar y medir el desempeño eficaz de seguridad, tener la gestión eficiente de la cadena de suministro mediante la reducción de auditorías de segunda parte y el aumento de su fiabilidad en la cadena de suministro.

Para el Grupo Manzanilla Olive, productor de aceituna de mesa, era primordial obtener ambas certificaciones en este año, dado que le permitirá iniciar la actividad de envasado de inmediato. Actividad para la que Manzanilla Olive SCA de 2º grado, está dando sus primeros pasos y a la que pretende responder con profesionalidad, responsabilidad y compromiso, puesto que cuenta con productos de calidad y con el respaldo y confianza de sus socios agricultores; avales de este proyecto de impulso de nuevos productos y para nuevos mercados.



Sobre TÜV Rheinland

TÜV Rheinland es un líder mundial en servicios de inspección independientes, fundado hace más de 140 años. El grupo tiene presencia en 66 países con 18.000 empleados; el volumen de negocios anual es de más de 1.600 millones de euros. Los expertos independientes se destacan por la calidad, la eficiencia y la seguridad de las personas, la tecnología y el medio ambiente en casi todos los aspectos de la vida.

TÜV Rheinland inspecciona el equipo técnico, los productos y los servicios, supervisa proyectos y ayuda a dar forma a los procesos de las empresas. Sus expertos capacitan a las personas en una amplia gama de carreras e industrias. Con este fin, TÜV Rheinland emplea una red global de laboratorios aprobados, pruebas y centros de educación.

Desde 2006, TÜV Rheinland es miembro del Pacto Mundial de las Naciones Unidas para promover la sostenibilidad y la lucha contra la corrupción.



3 Nuestras Cooperativas, SAT Aceituna de Verdeo, Paradas.

■ INMACULADA TORNAY GUERRERO. Departamento de Administración

S. A. T. Nº 3254, Aceituna de Verdeo: en continua evolución.

Para esta edición de El Manzanillo fijamos nuestra atención en Paradas, municipio donde se encuentra enclavada una de nuestras cooperativas de base, S. A. T. Nº 3254, Aceituna de Verdeo.

Esta población tiene una superficie de 109,43 km² y un número de habitantes de 7063 en el año 2014. Perteneciente a la campiña sevillana, está situada entre las cuencas de los ríos Corbones y Guadaira. En sus proximidades se encuentran importantes centros arqueológicos. De época romana, se han hallado restos de antiguas villas romanas, como los encontrados en el Cortijo de Paterna, donde se localizaron dos mosaicos con escenas de cuadrigas que hoy se encuentran expuestos en la Sala II de la Planta Baja del Museo Arqueológico de Sevilla.

La población se fue asentando alrededor de la iglesia que levantaron los Ponce de León en honor al Santo mártir francés San Eutropio, patrón de la localidad, a quién se encomendó don Juan Ponce de León antes de librar una batalla en Francia, de la que salió victorioso. Desde entonces se celebraron fiestas en honor al Santo, primero en Marchena, y más tarde en Paradas, donde Rodrigo Ponce de León las trasladó.

Paradas, pueblo agrícola y ganadero, experimentó un aumento poblacional en el siglo XVIII, que motivó la ampliación de la parroquia, para finalmente edificar la actual de estilo barroco sevillano en el último tercio de ese mismo siglo. Momento en el que conseguiría el Privilegio de Villazgo, siendo en 1830 cuando se convierte en Ayuntamiento Constitucional, dejando de ser dominio de los Marqueses de Paradas.

Paradas es patria chica de varios poetas, como Javier Salvago (más conocido como guionista de Jesús Quintero “El loco de la colina”), Juan Peña Jiménez o José Cenizo. También es reconocido como paradeño (aunque nacido en La Puebla de Cazalla), el cantaor flamenco Miguel Vargas, fallecido a mediados de los 90. Cabe además destacar que la familia paterna de la actriz Rita Hayworth es originaria de Paradas, de apellido Cansino, con gran arraigo en el pueblo.

Por lo que se refiere a la actividad agraria, fue en el mes de junio de 1962 cuando un grupo de agricultores olivareros, movidos por la inquietud de intentar mejorar el precio de su producto, deciden unirse para la industrialización y comercialización de la aceituna de mesa, para intentar tener más fuerza en el mercado, formando para ello un GRUPO SINDICAL DE COLONIZACIÓN, al cual se le asignó el número 2316.



Imagen cedida por SAT Aceituna de Verdeo, Paradas.

A mediados del año 1.981, por Decreto Ley los Grupos Sindicales de Colonización se transforman en Sociedades Agrarias de Transformación, evolucionando el Grupo Sindical a “Sociedad Agraria de Transformación nº 3.254, Aceituna de Verdeo”, y pasando a aprobarse sus estatutos en Agosto de 1.982.

Como los tiempos cambian y no dejan de evolucionar, la SAT tuvo que hacerlo del mismo modo, evolucionando primero en el tratamiento de la aceituna, adquiriendo maquinaria nueva para el proceso del clasificado, un nuevo punto de descarga semiautomático, se realiza el asfaltado del suelo y construcción de nueva nave, se dota de más servicios a los socios como el punto de venta de gasoil bonificado y de auto, tienda de suministros, telefonía, servicio de control de plagas en olivar, instalación de punto de agua para el llenado de cubas de tratamiento, y como últimas novedades se han aprobado la gestión de explotaciones a socios y la Sección de Crédito la cual está dando unos excelentes resultados.

Don Ramón Saucedo Pérez, ha estado al frente de la cooperativa desde el año 1992. Durante su mandato la cooperativa ha ido creciendo como hemos comentado en producción y servicio a sus socios. Además se integró en el año 2010 dentro del Grupo Manzanilla Olive. En 2014 toma el relevo Don José Antonio Peralta Parrilla, que supone una nueva generación que viene apostando fuerte por la renovación, el cambio y las esperanzas de futuro de esta sociedad.

En Palabras del Sr. Peralta: “Desde nuestra Sociedad somos muy conscientes de que tenemos que seguir creciendo y no pararnos aquí, en nuestro ánimo de seguir hacia adelante tenemos que buscar nuevas ideas y nuevas secciones en las cuales el socio confíe y siga creciendo con nosotros, por todo ello, nuestra intención es seguir trabajando con la mayor ilusión y hacer de nuestra Sociedad una empresa grande, y que lo haga para darle al socio todo tipo de servicios y sobre todo en ilusión de un futuro mejor”.

FIGHA DE LA COOPERATIVA

Consejo Rector:	Fundación: 1962
Presidente: Jose Antonio Peralta Parrilla	Socios: 449
Vicepresidente: Ana Rodríguez Villatoro	Producción media aceituna de mesa: 2.000.000 kg.
Secretario: Jose Manuel Cansino Benjumea	Facturación media: 4.000.000 €
Vocales: Juan Antonio Rodríguez Vera Manuel Carrión Cansino Sergio Hurtado Bejarano Rafael Antonio Suárez Reina Jose Rodríguez Gutierrez	Actividades: Verdeo, cereal, girasol, fertilizantes, pesticidas, gasoil, tienda, telefonía, seguros, tramitación de PAC, Gestión de Fincas, y gestiones laborales socios.
Gerente: Pedro González Bascón	Asociaciones a las que pertenece: FAECA, ASEOGR, GDR Campiña – Alcores, ASAJA
	S. A. T. 3254, Aceituna de Verdeo. Extramuros Ganivet, s/n 41610 - Paradas (Sevilla) Teléfono: 95 484 90 12 Fax: 95 584 45 68 E-Mail: sat3254@sat3254.com

4 Jornadas de puertas abiertas: nos visitan nuestras Cooperativas de base.

■ M^a CARMEN MARTÍN QUERO. Departamento de Marketing



Trabajadores de las cooperativas de base visitando las instalaciones de Manzanilla Olive.

Manzanilla Olive afianza las relaciones con los trabajadores y trabajadoras de las nueve Cooperativas de base y con los socios agricultores de cada una de ellas. Para ello se han realizado varias jornadas de visita en nuestras instalaciones, en las que no sólo tienen la oportunidad de conocer al detalle el funcionamiento de las mismas, sino que además se ha organizado una sesión informativa en la que tuvimos la oportunidad de conocernos mejor, compartir nuestros avances e intercambiar impresiones, abrir un coloquio y permitir el diálogo entre los trabajadores y trabajadoras de las distintas cooperativas con Manzanilla Olive.

El objetivo de este encuentro ha sido afianzar la visión de equipo y de conjunto que queremos transmitir y por supuesto compartir entre los/as trabajadores/as y agricultores/as de las nueve Cooperativas de base que conforman a Manzanilla Olive.

“El valor de la unión”.

Para todos/as es de suma importancia asumir su papel como miembro de un gran equipo de trabajo en el que compartimos esfuerzo, trabajo, ilusión y esperanzas por un proyecto común. Bien es cierto que acabamos de iniciar un camino, pero un camino largo y no exento de obstáculos a los que deberemos responder con profesionalidad y compromiso, y convencidos de que obtendremos satisfacción y reconocimiento en su recorrido. Porque la premisa que defiende Manzanilla Olive es la transparencia en su gestión, es el esfuerzo por liderar una transformación necesaria en el sector del olivar andaluz, por aportar un valor añadido al gran trabajo de nuestros socios agricultores y nuestras nueve Cooperativas de base.



Momento de la jornada informativa sobre la evolución de Manzanilla Olive.

Sabemos a lo que nos enfrentamos, pero también sabemos ahora que estamos preparados para asumir este gran reto, que gracias a nuestros socios agricultores y a nuestras cooperativas de base, es ya una realidad.

Por ello se hacía necesario organizar varias visitas para compartir y transmitir los valores de equipo, de grupo y de conjunto que abandera el espíritu

de Manzanilla Olive. Visitas que refuerzan la comunicación necesaria entre las Cooperativas de base y Manzanilla Olive, una comunicación fluida y basada en el diálogo.

Hasta el momento se ha realizado dos jornadas de visitas con unos resultados muy satisfactorios y con una impresión muy buena, por ambas partes.

5 Sevilla, de donde vienen las aceitunas.

■ JOSÉ ANTONIO CRUZ MEJÍAS Gerente Asociación para la Promoción de la aceituna Sevillana en su variedad Manzanilla y Gordal.



Hablar de Sevilla es hablar de muchas cosas desde muchos puntos de vista: histórico, natural, cultural, geográfico, etc.

Sevilla es su capital con su río Guadalquivir, su Giralda, su Plaza de España, su Torre del Oro y su Catedral, sus barrios emblemáticos, su arte, su cultura y esa forma de vivir la calle y de disfrutar de su gastronomía. Sevilla capital es todo eso y mucho más.

Entre las estribaciones de Sierra Morena al norte y la Sierra Sur, fluye el Guadalquivir, el viejo Betis, regando un rico y fértil valle. En su curso bajo, y a 70 kilómetros del mar se asienta la milenaria ciudad de Sevilla, capital de la Comunidad Autónoma andaluza y de la provincia más extensa y poblada de Andalucía.

Sevilla es una ciudad emblemática de fama universal. Es árabe, judía y romana, donde su río y su puerto fluvial han sido destino privilegiado del comercio de las Indias occidentales. Sus manifestaciones artísticas y folclóricas la convierten en un privilegiado destino turístico.

Pero hablar de Sevilla es hablar también de su provincia, de su campiña y de sus sierras, la del norte y la del sur, de su Vega y su Aljarafe. Es hablar de esa otra Sevilla.

Los pueblos y ciudades ribereños son vivo testimonio de su pasado histórico y cultural.

La provincia de Sevilla es un mosaico de culturas que hunden sus raíces en el más remoto pasado. La gran cuenca fluvial del Guadalquivir, Sierra

Morena y las marismas del Parque Natural de Doñana, permiten ofrecer al visitante un mapa paisajístico de grandes humedales, refugio de una variada avifauna; recorrer senderos serranos de exuberante vegetación mediterránea; contemplar al toro bravo pastando en dehesas de centenarias encinas, o perderse en tierras llanas de suaves alcores donde se asientan pueblos acogedores y ciudades monumentales que son vivo testimonio de un pasado histórico de gran esplendor.

Y hablar de gastronomía en Sevilla, es hablar, entre su variada oferta, de su máxima expresión, el “tapeo”.

En los pueblos, villas y ciudades de la geografía sevillana existe el ritual de visitar bares, tabernas y “tascas” donde degustar su variada oferta de tapas y, como no, entre ellas, de sus aceitunas, de las aceitunas sevillanas, las de toda la vida, las tradicionales, las que se recogen como siempre, a mano, la aceituna manzanilla sevillana y la aceituna gordal sevillana, acompañando a un vino de la tierra o una cerveza muy fría.

Tomar unas aceitunas sevillanas es degustar parte de nuestra historia, el fruto de nuestro olivar tradicional, olivo milenario, que nos evoca multitud de manifestaciones sociales y culturales.

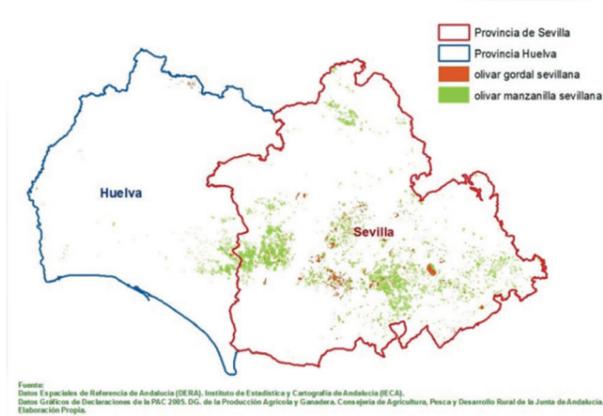
Existen abundantes referencias a la aceituna sevillana en la literatura española y andaluza como tapa o aperitivo. Como la de Lope de Rueda, poeta y comediógrafo sevillano (1510?-1565), quien tiene una obra de teatro llamada “Las aceitunas”. También en el libro de prácticas festivas del teatro breve del Siglo XVII escrito por Catalina Bueso, en la obra “Entremés, venta y ventero en una pieza” nombra a las aceitunas sevillanas en el siguiente verso:

“...Rábanos hay aquí que abren las ganas.

Sáquelo.

De comer, y de aceitunas sevillanas,

No ha de dejar de ser cabal por eso...”.



España es líder mundial en producción y exportación de aceitunas de mesa (40% de las exportaciones mundiales) y Andalucía aporta el 60% de las exportaciones nacionales. Tanto es así que la aceituna de mesa se conoce en todo el mundo como un producto típico español.

Dentro del millón y medio de hectáreas que conforman el olivar andaluz, algo más de 100.000 hectáreas se dedican a la aceituna de mesa, para unas producciones medias que rondan las 500.000 toneladas anuales, según los últimos datos aportados por la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) para las dos últimas campañas.

Según datos de la AICA, durante la campaña 2013/2014 se contabilizaron en Andalucía un total de 215 establecimientos agroindustriales dedicados a la elaboración (Empresas entamadoras) de aceitunas de mesa. La provincia de Sevilla, con un total de 135 establecimientos (62,8% del total), es la que cuenta con un número mayor, presentando un papel muy destacado en municipios de larga tradición en olivar de mesa, como es el caso de Arahál, Dos Hermanas, Morón de la Frontera o Pilas.

Andalucía, y por extensión España, debe su posición de liderazgo mundial a disponer de unas variedades de aceituna de mesa extraordinariamente interesantes y adaptadas a nuestro medio geográfico, todo ello unido por supuesto a una eficiente gestión industrial y comercial histórica.

La provincia de Sevilla lidera la producción de

aceituna de mesa respecto a Andalucía y España en prácticamente todas las variedades, especialmente en las tres variedades líderes en el mercado por sus volúmenes de producción, la Manzanilla sevillana, La Gordal sevillana y la Hojiblanca.

Es en las variedades Manzanilla sevillana y Gordal sevillana donde la provincia de Sevilla acapara, casi en su totalidad, la producción a nivel nacional. No en vano, estas dos variedades son conocidas internacionalmente como Manzanilla Sevillana y Gordal Sevillana.

Las variedades Manzanilla sevillana y Gordal sevillana han sido las variedades típicas de mesa

por excelencia y líderes en los mercados nacionales e internacionales debido a su aptitud al procesado, sus características organolépticas, o su tamaño en el caso de la Gordal que es el atributo que la hace reina.

La producción de aceitunas de mesa en la provincia Sevilla supera el 80% de la producción de Andalucía y el 60% con respecto a la producción a nivel nacional. Por tanto, a la vista de estos datos demoledores, se puede afirmar que Sevilla ha sido y es de donde vienen las aceitunas.

Aceituna Manzanilla y Aceituna Gordal, ¡las aceitunas sevillanas!

6 Manzanilla Olive participa en la PLMA FOOD Mayo 2015, Holanda.

■ ÁNGEL ABELLÁN HERNÁNDEZ. Departamento Comercial.

En esta nueva edición de nuestra revista El Manzanillo, me estreno como redactor en el que espero será el primero de una larga lista de artículos y colaboraciones, porque eso significará que Manzanilla Olive prosigue con su crecimiento como grupo y que la actividad envasadora y exportadora marcha con paso firme y seguro.

En este caso, el motivo es informar a nuestros socios que Manzanilla Olive ha participado como expositora en la feria PLMA FOOD (Asociación de Fabricantes de Marca de Distribuidor) en Ámsterdam (Holanda), los días 19 y 20 de mayo del presente 2015.

PLMA FOOD (Asociación de Fabricantes de Marca de Distribuidor, por sus siglas en inglés), fundada en 1979, es la asociación dedicada a la promoción de las marcas de distribuidor. Con sedes en Ámsterdam y Nueva York, representa a más de 3500 fabricantes y proveedores de todo el mundo.

¿Qué productos se venden como marcas de distribuidor?

Los supermercados, hipermercados, farmacias y tiendas de descuento pueden ofrecer a los consumidores como marca de distribuidor casi cualquier producto que se fabrique y comercialice. Se incluyen líneas de alimentos frescos, enlatados, congelados y secos. Aperitivos salados, especialidades exóticas, comida para animales, productos cosméticos y de limpieza, etc. Sin duda, la categoría de aceitunas y encurtidos se comercializa en la gran distribución bajo marcas de distribuidor principalmente.

La popularidad de la marca de distribuidor sigue creciendo

Los datos más recientes sobre cuotas de mercado ponen de manifiesto que la popularidad de la

marca de distribuidor sigue extendiéndose por Europa. Según los datos de Nielsen recopilados para el Anuario de la Marca de Distribuidor 2014 de la PLMA, Suiza (53%) y España (51%) encabezan esa lista, con más del 50% de productos vendidos bajo marca de distribuidor. Le siguen Reino Unido (45%), Portugal (45%), Alemania (44%), Bélgica (41%) y Austria (40%)*.

Además, se espera que estos datos y porcentajes sigan en aumento en los próximos años. En un estudio encargado por la PLMA y realizado a más de 10.000 consumidores en 14 países de Europa, se muestra que la marca de distribuidor desempeña un papel fundamental en los consumidores europeos y la cuota de mercado seguirá creciendo.



* Datos del Anuario de la Marca de Distribuidor 2014 de la PLMA



Ángel Abellán, Responsable ventas internacional de Manzanilla Olive en el stand de la empresa en la PLMA FOOD de Holanda, mayo 2015.

Ante esta coyuntura, para Manzanilla Olive el negocio de la marca de distribuidor ha de ser línea de negocio estratégica en el crecimiento y expansión del grupo y por ello, ha participado en la edición de 2015 de la feria PLMA en Ámsterdam, bajo el pabellón agrupado español.

En ella se dan cita anualmente 4000 expositores y 11000 compradores y visitantes procedentes

de 115 países. Entre ellos, las mayores cadenas de distribución de Europa y es a ellos a los que intentaremos convencer de la calidad de nuestra aceituna. En definitiva, una cita de obligado cumplimiento en nuestro sector y que afrontamos con la mayor de las ilusiones para situar a Manzanilla Olive como un proveedor de referencia en el mercado.

New Holland TD5.95

Motor FPT Turbo Intercooler con Common Rail
Potencia Nominal de inscripción 99CV
Inversor 12x12 40Km/h
TDF 540/1000 y Sincro con avance
Caudal hidráulico Megaflow de 100 l/min
Elevador con sistema Lift-O-Matic Plus
Cabinas con Aire Acondicionado
Contrapesos delanteros
Enganche de remolque ajustable en altura



Ideal para sus trabajos con pala y vibrador



29.990 € + IVA



Gran capacidad de levantamiento, con doble bomba hidráulica
Bajo consumo de combustible y menos costes de mantenimiento (cada 600 horas)
TD5.95: La nueva imagen de los Valores Tradicionales

OFERTA ESPECIAL HASTA EL 31 DE AGOSTO O FIN DE EXISTENCIAS

*Financiación a 3 años al 0%

y ahora SEGURO de regalo



ESPECIALISTAS EN TU ÉXITO
www.newholland.es

*T.A.E.: 0,95%. Ejemplo calculado para una operación de préstamo de 10.000 €, 36 cuotas mensuales de 283,60 €. Comisión de apertura y gastos de estudio: 0,5% con posibilidad de financiación. Gastos de inscripción en el Registro: 95€. Cuotas pospagables. Intereses subvencionados por New Holland. Financiación realizada a través de CNH Industrial Capital Europe Sucursal en España.

Importe máximo a financiar; bajo estas condiciones: 27.500 €. Campaña aplicable en el concesionario CM93. Las cuotas incluyen un seguro de protección de pagos CARDIF CIF: A0012421D. Campaña vigente hasta el 31 de Agosto de 2015 o fin de Stock. Operaciones sujetas a estudio y aprobación. No incluye transporte ni matriculación.

www.ittgrupo.com

Autovía Sevilla-Utrera, km. 8
41500 Alcalá de Guadaíra (SEVILLA)
Antonio Moreno. Tel.: 660 486 457

Atención al cliente:
902 106 831

ITT CM93
Compañía Maquinaria 93 SA

*En esta edición de PLMA FOOD, han acudido un total de 21 empresas del sector agroalimentario andaluz bajo la organización de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo a través de Extenda (Agencia Andaluza de Promoción Exterior).

Entre las compañías andaluzas asistentes destaca la provincia de Sevilla con una participación de 12 empresas agroalimentarias (Grupo Acesur, Aceites Ybarra; Aceitunas Guadalquivir; Agro Sevilla Aceitunas; Ángel Camacho Alimentación; Acyco Aceitunas y Conservas; Euroлива; Industria Aceitunera Marciense; Jolca; Loreto Specialty Foods; Manzanilla Olive; Moreno Ruiz Hermanos y Oleoestepa).

Asimismo, han asistido firmas procedentes de Granada (Aceites Maeva y Comapa 2001); Almería (F.J. Sánchez Sucesores y Hortofrutícola Costa de Almería); Cádiz (Chavez & Clark y Franjuba Pan); Jaén (Aires de Jaén); Córdoba (Aceites La Pedriza); y Málaga (Dcoop).

objetivo de establecer nuevos contactos comerciales o encontrar nuevos productos. La muestra, que se celebra en Europa desde el año 1986 y está dirigida a un público exclusivamente profesional, registró en 2014 la visita de 11.017 profesionales de 116 países y contó con 2.266 firmas expositoras de 61 países.

Según los datos del estudio de la PLMA: El 46% de los consumidores europeos de hoy en día adquiere productos de marca de distribuidor con frecuencia. El estudio muestra que la marca de distribuidor desempeña un papel fundamental en la vida de los consumidores de toda Europa y que la cuota de mercado seguirá creciendo aunque mejore la situación económica.

La posición de España en el segundo puesto del ranking europeo de marca blanca denota una década de crecimiento extraordinario de la tendencia, ya que en 1999 sólo representaban el 17% de todos los productos que se venden en el país. En 2004 la cuota creció por encima del 30% y en 2012 esta cuota era de casi del 50%.

*Datos obtenidos de Olimerca.

PLMA FOOD: marca de distribuidor

La feria PLMA FOOD recibe a fabricantes y minoristas de productos de marca blanca con el

7 El nuevo modelo del consumidor; conozcamos su perfil y sus motivaciones para el consumo.

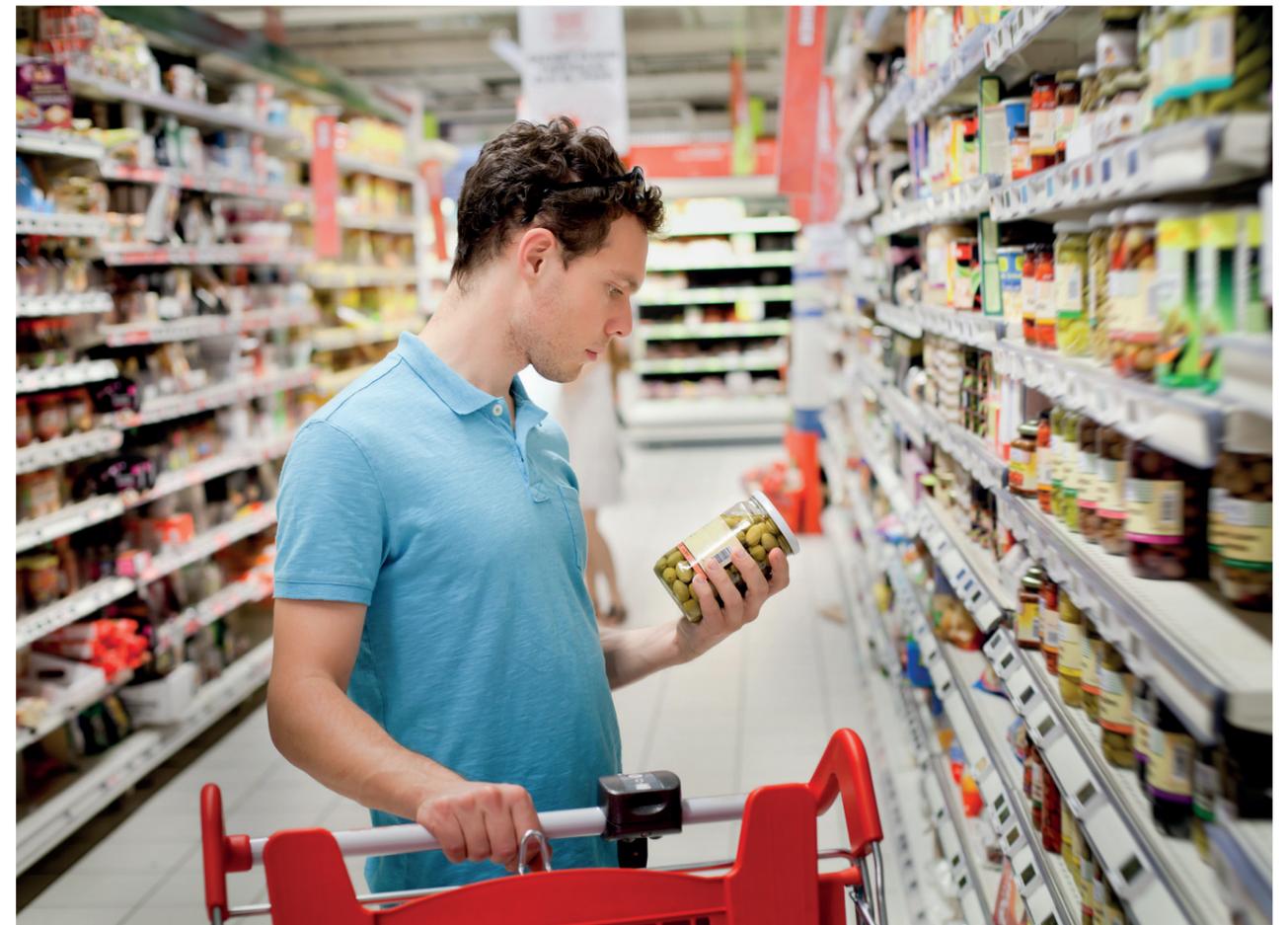
■ FUENTE: Revista InfoRetail.com. Estudio realizado por Mercadona.

Mercadona junto con las asociaciones de consumidores Ceaccu, FUCI, CECU, UNAE y UCA/Cauceei, ha realizado un estudio sobre las características del nuevo consumidor, que define como:

- ✓ **más eficiente,**
- ✓ **exigente,**
- ✓ **formado,**
- ✓ **preocupado por su salud,**
- ✓ **solidario,**
- ✓ **informado**
- ✓ **conectado.**

El estudio, recogido por la publicación InfoRetail.com analiza al consumidor desde diferentes ámbitos, como el social, medioambiental, económico, de salud y el formativo-informativo. El análisis, que será público y accesible a través de la web de Mercadona y el de las diferentes asociaciones, se irá presentando en los próximos meses en forma de capítulos.

Las principales conclusiones del estudio definen al consumidor como:



El estudio, recogido por la publicación InfoRetail.com analiza al consumidor desde diferentes ámbitos, como el social, medioambiental, económico, de salud y el formativo-informativo. El análisis, que será público y accesible a través de la web de Mercadona y el de las diferentes asociaciones, se irá presentando en los próximos meses en forma de capítulos.

Las principales conclusiones del estudio definen al consumidor como:

- **Más eficiente y exigente:** el consumidor está dispuesto a buscar lo que necesita, dispone de más opciones e información y ha aprendido a comprar donde encuentra lo que quiere.

En muchos casos es determinante el factor precio, pero no es el único, ya que no renuncia a la calidad y seguridad y **comienza a demandar productos más saludables, medioambientalmente sostenibles, con formatos que faciliten evitar el desperdicio y que sean elaborados**

por empresas con una responsabilidad social reconocida y, todo ello, facilitado a través de los nuevos canales de compra.

- **Más formado y más preocupado por su salud:** una gran mayoría de la población española demuestra una preocupación por llevar una dieta sana, aunque menos de la mitad reconoce llevarla a cabo.

- **Más solidario y responsable:** la sociedad se va haciendo consciente de que todos somos responsables, cada uno en su papel, para evitar el desperdicio de alimentos y fomentar un consumo responsable.

- **Más conectado:** el consumidor español actual destaca por hacer un uso masivo de tecnología así como por confiar más en el comercio online.

- **Más informado:** el nuevo consumidor valora mucho la disponibilidad de información. Quiere conocer qué está comprando, cómo se ha elaborado y dónde se ha fabricado.

8 Alerta sobre los alimentos que producimos y consumimos: el uso de los pesticidas.

■ RAFAEL GALLARDO LOBATO. Departamento de Calidad.

El pasado 12 de marzo del presente año, aparecía una noticia en el periódico El Mundo cuyo titular decía lo siguiente: “Casi la mitad de los alimentos que consumimos en Europa contienen restos de pesticidas”



En este artículo se aportaban los datos que recogía el informe anual 2013 de la Agencia Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA en sus siglas en inglés), los cuales indican que tras analizar cerca de 81.000 muestras de alimentos procedentes de los 27 estados miembros de la Unión Europea, Islandia y Noruega, el 45,4 % de los alimentos tienen restos de pesticidas, de los cuales el 2,6 % superan los límites legales. Además en el 27,3 % de las muestras, no sólo aparecieron restos de un tipo de pesticida, sino que aparecen varios en la misma muestra, y en estos casos los riesgos que conllevan no se suman, sino que se multiplican.

Según se desprende del Informe Europeo, uno de los pesticidas más frecuente en los alimentos analizados ha sido el glifosato, que en nuestro organismo actúa como un disruptor endocrino. Es conocido por los especialistas de la materia que los disruptores endocrinos pueden contribuir a causas

de infertilidad, malformaciones congénitas, diabetes, distintos tipos de cáncer, Parkinson y Alzheimer.

Conociendo estos datos, es obvio que como consumidores, saber que casi la mitad de los alimentos que consumimos contienen pesticidas es bastante impactante y nada tranquilizante.

Como agricultores, como productores de los alimentos que consumiremos, no cabe duda que tenemos una gran responsabilidad, y tenemos que ser conscientes de que está en nuestras manos producir unos alimentos que presenten cada vez mayores garantías sanitarias y un buen nivel de calidad.

Los plaguicidas o pesticidas son sustancias químicas que son empleados por los agricultores para prevenir, controlar o combatir algunos seres vivos que se consideran plagas por causar daños en los cultivos.

La aplicación masiva de los plaguicidas ha sido considerada como una revolución en la agricultura, estos productos eran relativamente económicos y altamente efectivos. Su aplicación ha llegado a ser una práctica común como medida preventiva aunque no se apreciaran ataques visibles, y es una realidad, que en una gran parte del olivar de Andalucía el mantenimiento de la sanidad vegetal del cultivo se realiza mediante el llamado “calendario fijo”, y los perjuicios de esto son evidentes:

- Elevado número de tratamientos, aumento de las dosis, aparición de fenómenos de resistencia de plagas y enfermedades, originando todos ellos un incremento de los costos económicos del cultivo.
- Contaminación ambiental (agua, suelo y atmósfera).
- Desequilibrio ecológico que favorece la proliferación de otras plagas y enfermedades.
- Riesgos para la salud del agricultor como aplicador de los productos.

- Riesgos para la salud de los consumidores por la presencia de pesticidas en el producto cultivado.

Por tanto, se torna en objetivo de prioridad el alcanzar el máximo grado de compatibilidad entre el binomio conservación ambiental-seguridad alimentaria para el consumidor y la rentabilidad económica para el agricultor, disminuyendo los costes del cultivo al racionalizar los tratamientos para obtener un buen estado de salud del olivar, obteniendo un alto grado de calidad en el producto partiendo de unas buenas prácticas agrícolas en el campo.

Hoy en día, la herramienta que toma mayor relevancia para la consecución de ese objetivo es la Gestión Integrada de Plagas, la cual tiene tres fines prioritarios:

- Realización de tratamientos fitosanitarios sólo y únicamente cuando su necesidad así lo aconseje. Se realiza una cuantificación de la presencia de plagas en el olivar, y cuando se superan los umbrales de tratamiento es cuando se aplican.
- Elección del momento y productos adecuados para la realización de los tratamientos.
- Abaratamiento de los costes de cultivo debido al ahorro de tratamientos y al aumento de la

efectividad de los que sea necesario realizar.

Además, la Gestión Integrada de Plagas está regulada legalmente, y existe un Registro Oficial de productos fitosanitarios en el que se indican las materias activas autorizadas para su empleo en el olivar.

En los pesticidas, la materia activa es el componente del preparado comercial que es tóxico para el organismo contra el que se emplea. Estas sustancias son tóxicas porque son de tipo lipofílico, característica que hace que se puedan acumular en nuestro organismo, de forma que exposiciones pequeñas pero continuas generan efectos negativos para la salud de los consumidores cuando el grado de exposición supera los niveles considerados seguros, y ya se ha comentado anteriormente algunas de las enfermedades que pueden provocar.

Este hecho da lugar a que todos los alimentos destinados al consumo humano o animal en la Unión Europea (UE) estén sujetos a un LMR (límite máximo de residuos) de plaguicidas en su composición. Con ello se pretende garantizar que los residuos de plaguicidas presentes en los alimentos no constituyan un riesgo para la salud de los consumidores.

Los LMR son fijados por la Comisión Europea, en base



Foto cedida por la Asociación para la Promoción de las aceitunas sevillanas de las variedades Manzanilla y Gordal (APAS).

al informe de evaluación de riesgo al consumidor de la EFSA (Agencia Europea de Seguridad Alimentaria), y previa consulta al Comité Permanente de la Cadena Alimentaria y Sanidad Animal. Por tanto, existe un marco legal que establece cuales son los LMRs de los productos fitosanitarios en los alimentos, recogidos en el Reglamento CE 396/2005. Además, dada la importancia que tiene, existe en internet una base de datos en la que se pueden consultar los LMRs, actualizada de forma continua y permanente.

No obstante, hay diferencias entre los LMRs establecidos en la UE y los de otras zonas del mundo. Para un mismo tipo de plaguicida, los LMRs establecidos en distintos países pueden ser distintos. También puede ocurrir que un mismo tipo de plaguicida esté autorizado su uso en un país pero no en otro. Como ejemplo, hay pesticidas para los cuales se autoriza la presencia de restos de estos en los alimentos por debajo de los LMRs en la Unión Europea, pero no ocurre así en Estados Unidos, país en el que esos pesticidas no tienen autorización para su uso, y por tanto no tienen especificados ni siquiera los LMR porque en definitiva son sustancias prohibidas en este país. Este caso es motivo por el cual se producen devoluciones e imposibilidad de comercializar los productos en el país destino, así como sanciones al productor de los alimentos afectados.

Estados Unidos es el país al que van dirigidas el mayor porcentaje de la totalidad de exportaciones que hace España en el sector de la aceituna de mesa, por lo que es sumamente importante desde el punto de vista de la comercialización ajustarnos a sus requisitos legales en esta materia ya que una gran parte de nuestras aceitunas terminan en este país. Pero no sólo basta con eso, sino que hay que añadir una dificultad más, si queremos cumplir la legislación americana y la europea hay una reducción de los productos que pueden ser usados en los tratamientos fitosanitarios.

Ante estas diferencias, la Administración Pública tiene que realizar un tremendo esfuerzo de armonización de los LMRs, más allá de las fronteras de la UE, así como la búsqueda de alternativas a la utilización de productos fitosanitarios así como la aplicación de medidas preventivas enfocadas a eliminar la presencia de éstos residuos en los alimentos que garanticen su seguridad y que además

su aplicación permita una lucha eficiente de las plagas en nuestro cultivo.

Los controles y análisis de pesticidas en alimentos se están intensificando cada vez más, ya no son sólo por las autoridades sanitarias, sino por los mismos clientes que nos compran las aceitunas debido a la aparición de graves problemas de comercialización. Y también desde Manzanilla Olive es nuestro propósito aumentar los controles que ya se hacen hoy en día como medida de vigilancia y control de nuestros productos.

Por tanto, es muy importante la prevención y adopción de medidas en el campo destinadas a evitar problemas de contaminación de las aceitunas por productos plaguicidas no autorizados.

Ante esta situación, Manzanilla Olive, recomienda:

1. Es necesario estar informados sobre las materias activas autorizadas para ajustarnos a la legalidad europea y la de otros países, al ser posible de los más relevantes en cuanto a la comercialización de los productos como es Estados Unidos.
2. Hacer uso del asesoramiento de los Técnicos de las Cooperativas, o en su defecto, de técnicos cualificados de los proveedores de productos fitosanitarios en puntos de ventas distintos de las cooperativas.
3. Realizar el tratamiento sólo si es necesario, en el momento adecuado, usar productos autorizados para el cultivo en el que se aplica, emplear dosis adecuadas según las indicaciones de los técnicos y las recomendaciones descritas por los fabricantes en las etiquetas de los envases, así como las condiciones de empleo y seguridad personal como aplicadores del producto, además de minimizar la contaminación del medio ambiente.
4. Respetar, con márgenes de tiempo superiores, los plazos de seguridad del producto, sobre todo cuando se acerca la época de recolección.
5. Tomar como referencia el Calendario de tratamientos, intensificando los cuidados y recomendaciones en el periodo crítico que es cuando

el fruto está en la fase de desarrollo.

6. Huir de puntos de ventas clandestinos.

Los agricultores deben reflexionar sobre el alcance e importancia que tiene hacer un uso adecuado de los tratamientos, así como de los pesticidas utilizados en ellos. Actualmente, la capacitación y formación de

los agricultores juega un papel preponderante en los procesos de concienciación y organización de éstos como productores, y que junto con el uso de buenas prácticas agrícolas, la prioridad principal se basa en mantener libres de pesticidas los productos que se cultivan.

9 Recetario

■ © INTERACEITUNA



Gazpacho de ajo Blanco y/o tomate

Ingredientes para 4 personas

- 200 gr. de almendras crudas
 - un trozo de pan candeal
 - 10 - 15 aceitunas negras picadas
 - 6 cucharadas de aceite de oliva virgen
 - 6 cucharadas de vinagre de Jerez
 - 1 diente de ajo pequeño
 - 1/2 litro de agua y sal
-
- 1 Kg. de tomates maduros
 - 1 pimiento verde
 - 1 pepino
 - 10 - 15 aceitunas verdes picadas
 - 6 cucharadas soperas de aceite de oliva virgen
 - una pizca de cebolleta
 - 1 diente de ajo pequeño
 - 1 rebanada de pan candeal
 - vinagre de Jerez
 - 1/2 vaso de agua y sal

Elaboración Ajo Blanco

Triturar las almendras, mezclar con el resto de los ingredientes y pasar por la batidora, tiene que quedar una crema fina, si queda demasiado caldoso agregar un poco más de pan, dejar que empape y volver a pasar por la batidora. Rectificar de sal y vinagre. Servir con las aceitunas negras.

Gazpacho de Tomate

Triturar las almendras, mezclar todos los ingredientes, dejar reposar en la nevera y pasar por la batidora y el chino. Tiene que quedar una crema ligera, si es necesario añadir un poco más de agua. Servir con las aceitunas verdes.

LAS AVENTURAS de Gordalete y Manzanilla

HOLA NIÑOS...

.... Y NIÑAS

¿CUÁNTOS NOMBRES DE ACEITUNAS CONOCÉIS? A VER, A VER...

DEBEIS SABER QUE CADA TIPO DE ACEITUNA TIENE UN NOMBRE Y QUE CADA NOMBRE ES UNA VARIEDAD DE ACEITUNA DIFERENTE

ADEMÁS, ALGUNAS SÓLO SIRVEN PARA HACER ACEITE, OTRAS SÓLO PARA COMERLAS EN LA MESA Y OTRAS SIRVEN PARA LAS DOS COSAS

AHÍ, ¿Y EXISTEN MUCHOS TIPOS DE ACEITUNAS EN EL MUNDO?

¡QUÉ DE MUCHAS!

SI, MUCHOS, MUCHOS. SÓLO EN ESPAÑA HAY UNAS 400 VARIEDADES DE ACEITUNAS

AUNQUE LAS MÁS CONOCIDAS SON LA MANZANILLA, LA GORDAL LA HOJIBLANCA, LA CARRASQUEÑA, LA PICUAL, LA LECHÍN, LA VERDIAL...

¡QUÉ INTERESANTE!

DEBÉIS RECORDAR QUE LAS VARIEDADES MÁS IMPORTANTES DE SEVILLA SON LA MANZANILLA Y LA GORDAL

DE ESO SI ME ACORDABA

¡MUY BIEN GORDALETE! YA VEO QUE ESTUDIAS MUCHO ISIGUE ASÍ!

ES QUE COMO ME GUSTAN TANTO LAS ACEITUNAS...

NOS VEMOS EN EL PRÓXIMO CAPÍTULO. ADIÓS, ADIÓS..

MC Olive