



Marzo 2016

PUBLICORREO

EL MANZANILLO

manzanillaOlive



*Trazabilidad y
Seguridad Alimentaria*

La garantía del origen para Manzanilla Olive

www.manzanillaolive.es

manzanillaOlive

— El sabor de Sevilla —

SUMARIO

- 1 Diagnóstico sobre el sector de la aceituna de mesa Pag. 3
- 2 Cooperativas en la economía, el origen Pag. 6
- 3 Las bondades de la aceituna de mesa y el aceite de oliva. Pag. 7
- 4 Seguimos tomando impulso Pag. 11
- 5 Nuestras Cooperativas: San Antón S. Coop. And. Pruna. Pag. 12
- 6 Trazabilidad y Seguridad Alimentaria; un vocabulario al que tenemos que acostumbrarnos. Pag. 15
- 7 El inicio del camino ecológico. Pag. 17
- 8 Recetario: Boquerones rellenos con aceitunas. Pag. 19
- 9 Las aventuras de Gordalete y Manzanilla: Tipos de aceitunas. Pag. 20



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)

EDICIÓN Nº 6

Marzo 2016

Publicación trimestral

Grupo Manzanilla Olive S. Coop. And.
Ctra. (A-362) Utrera-Los Palacios km 3,5
Apto. Correos 51
41710 Utrera (Sevilla)
T. +34 954 863 395
F. +34 954 873 662

www.manzanillaolive.es
comunicaciones@manzanillaolive.es

IMPRIME Y MAQUETA

Ibergrafic Morón

DISTRIBUYE

Grupo Manzanilla Olive S. Coop. And.



CON LA COLABORACIÓN DE





Diagnóstico sobre el sector de la aceituna de mesa.

■ ANTONIO J. JIMÉNEZ HIDALGO. Director General



El pasado mes de Diciembre la Dirección General de Producciones y Mercados del Ministerio de Agricultura hacía público un primer borrador del Diagnóstico sobre el sector de la aceituna de Mesa de España. El estudio analiza en 75 páginas la evolución de los 25 últimos años del sector.

Dicho informe culmina los trabajos realizados en la Mesa Sectorial a lo largo de todo el año 2015, y con el que se da cumplimiento al compromiso asumido por el Ejecutivo con el sector de la aceituna de mesa. El documento, todavía en fase de borrador, elaborado con absoluto rigor, constata la difícil situación que atraviesa la aceituna de mesa, y refleja las debilidades y amenazas que acechan nuestro sector.

El mismo abarca aspectos tales como el análisis de la superficie nacional de aceituna de mesa y su evolución, análisis de la producción, un estudio de costes de producción en función de la tipología del olivar, un análisis de la comercialización, consumo interior y exportación, un análisis del comercio y consumo mundial, analiza los principales mercados por países, nuestros competidores,

y por último analiza las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del sector.

Se echan en falta en el estudio varios aspectos:

- Un análisis de la cadena de valor donde se vislumbren los costos y márgenes no solo de la parte productora, sino también de la industria entamadora, envasadora y de los canales de distribución.
- Un análisis más pormenorizado de la industria entamadora, las precarias condiciones en que trabajan muchas de ellas y el incierto futuro que les acecha por su escasa profesionalización y su falta de certificaciones de calidad y seguridad alimentaria.
- Un estudio de los motivos por los que en los últimos diez años han desaparecido gran cantidad de envasadoras grandes, pequeñas y medianas.
- Y se echa en falta también un estudio de los problemas asociados a los cumplimientos de la extensa normativa regulatoria en materia de vertidos.

Es imposible reproducir en este artículo las conclusiones de un documento de 75 páginas, pero sí vamos a reproducir las más importantes:

Con respecto a la superficie de Olivar

El carácter social de nuestro cultivo

- Refleja el estudio la fuerte concentración de olivar de mesa en la provincia de Sevilla, así como el marcado carácter social de nuestro cultivo y las significativas necesidades de mano de obra que genera, que confiere si cabe un plus a dicho marcado carácter social.

Variedades a proteger

- Variedades como la manzanilla y la gordal (que se cultivan prácticamente en su totalidad en la provincia de Sevilla) con ventas a pérdidas por los elevados costes que supone la recolección manual y la poda.
- Se subraya que de 2010 a 2014 se han perdido 10.244 hectáreas de olivar destinado a mesa en la provincia de Sevilla, concluyendo que hay una tendencia negativa del olivar exclusivo para mesa (variedades manzanilla y gordal), a favor, en estos últimos años, del olivar con doble aptitud (principalmente hojiblanca).

Con respecto a los kilogramos de Producción:

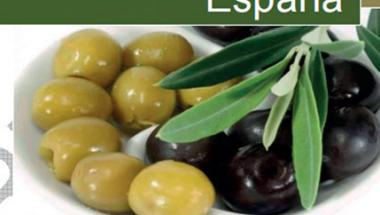
- La producción de aceituna en España en los últimos 25 años se ha multiplicado por cuatro.
- España es el primer productor de aceituna de mesa mundial, con una producción media de casi 540 mil toneladas en las 6 últimas campañas que representa el 24 % de la producción mundial, y el 70% de la Unión Europea, siguiéndole Egipto, Turquía, Argelia y Grecia.
- Sevilla produce el 72% de la aceituna de mesa en Andalucía.
- La manzanilla de Sevilla, que representa el 30% de la producción nacional, está en retroceso en los últimos 15 años con un descenso de hasta el 13%. Por su

parte, las variedades gordal sevillana y carrasqueña han experimentado retrocesos superiores: 20 y 23%, respectivamente.

- El retroceso de las variedades típicas de la provincia de Sevilla responde al continuo arranque y abandono de olivos debido a los enormes gastos y a la escasa rentabilidad que reciben los agricultores, entre otras razones, por la dificultad de mecanizar la recolección de las aceitunas manzanilla y gordal.

2015

Diagnóstico sobre el sector de la aceituna de mesa en España



Con respecto a los Costes de Producción:

- El estudio de costes indica que las explotaciones olivareras con menor coste por kilo producido son las de regadío con recolección mecanizada, mientras que los mayores costes son para las de secano con recolección manual. (0,57 €/kgr para las primeras y 0,75 €/kgr para las segundas)
- En cualquier caso, la recolección manual es la que eleva el cálculo de la factura, pues para una explotación media, los costes de recolección suponen un 47% del total, siendo la poda el segundo mayor desembolso a realizar por los productores.

Con respecto a la Comercialización:

- Más de un tercio de los recursos totales de una campaña son remanentes de años anteriores.
- El consumo en España supone hoy tan solo el 37% del total de aceitunas comercializadas, apreciándose cierto retroceso. Afirma el estudio que haría falta un

análisis más a fondo de nuestro mercado.

- Las exportaciones suponen el 65% del total de aceitunas comercializadas, por valor de más de 700 M de euros.
- La aceituna española está presente en más de 160 países.
- Cinco países (EEUU, Italia, Rusia, Alemania y Francia) representan el 60% del volumen de nuestras exportaciones.
- Las exportaciones han aumentado un 70% en volumen en los últimos 15 años.
- Hemos perdido cuota de mercado en EEUU.
- En las últimas campañas se está observando un incremento de las importaciones de Egipto, de aceituna con calibres similares a la gordal. Manifiesta el propio estudio que esta circunstancia debería ser objeto de atención específica.
- Vendemos más caro que Argentina o Egipto, pero más barato que Italia y Grecia.
- Países como Grecia defienden el valor de su producto. Si al país importador no le interesa el precio, disminuyen la cantidad exportada, y por tanto su peso específico como importador, pero los griegos no deprecian su producto en aras de conseguir un mercado. Importante lección para los españoles.

Con respecto a nuestros Competidores:

- Demuestra el estudio que la aceituna griega, partiendo de los mismos valores unitarios en el año 2000, se ha posicionado en 15 años en valores unitarios un 40% por encima de la nuestra. Esta revalorización se ha conseguido mediante una estrategia de diferenciación del producto frente al resto de competidores. Además con esta estrategia no solo no han perdido cuota de mercado, sino que la han ganado.

El citado documento supone un varapalo a un sector que viene presumiendo desde hace años de que marcha maravillosamente, siendo la realidad reflejada en el mismo bastante diferente.

Las conclusiones personales que extraigo de dicho documento son, entre otras:

Por un Plan estratégico del sector de la aceituna de mesa

1. Se evidencia con datos objetivos elaborados por el Ministerio de Agricultura lo que llevamos denunciando desde hace años: que el sector productor lleva años en pérdidas, en mayor o menor medida dependiendo de la tipología de olivar y la variedad de que se trate.
2. Que las aceitunas de España se han convertido en el Low-Cost de las aceitunas del mundo, con una estrategia de indiferenciación del producto, exportando las peores calidades de aceituna, cuando otros países como Grecia han optado justo por lo contrario, por diferenciar el producto de sus competidores, exportar sus mejores aceitunas y venderlas un 40% por encima de las españolas.

Y debería servir dicho documento para que el sector, que cuenta con una Interprofesión que estamos financiando entre todos, una sus esfuerzos de una vez por todas, y actúe:

Plan de Reestructuración del sector

a) Solicitando ante los distintos Organismos las necesarias ayudas que garanticen el futuro a las producciones del olivar de mesa. Unas ayudas que dependen, por un lado, de la Junta de Andalucía, quien debe poner en marcha el esperado Plan de Reestructuración del sector, cuya dotación presupuestaria saldrá de los 304 millones de euros que el Programa de Desarrollo Rural andaluz destina al subprograma temático para el olivar; y por otro lado, del propio Ministerio, quien debe defender en Bruselas en la próxima revisión de la Política Agraria Común que el olivar de mesa cuente con ayudas asociadas al cultivo.

b) Se reúna para estudiar las conclusiones de dicho documento, analice las debilidades y amenazas del sector, y elabore un PLAN ESTRATÉGICO DEL SECTOR DE LA ACEITUNA DE MESA que consiga en un medio y largo plazo, mediante planes de acción consensuados por todas las partes, reposicionar las aceitunas de España donde estuvieron en su día y donde nunca deberían haber dejado de estar: las mejores aceitunas del mundo, exportando nuestras mejores calidades, defendiendo sus precios y

consiguiendo que todos los actores de la cadena de valor generen beneficios y riqueza en un país y una región que tanto lo necesita.

Pero con mis años de experiencia en este sector, mucho me temo que el citado documento quedará como tantos otros, durmiendo el sueño de los justos, archivado en algún lujoso despacho.

Porque señores, no hay peor ciego que el que no quiere ver.



Cooperativas en la economía, el origen

■ MANUEL RODRÍGUEZ GÓMEZ. Departamento de Administración.



Miembros primera cooperativa

Para remontarnos al origen de las cooperativas tendríamos que trasladarnos al año 1844, en la que un grupo de trabajadores del sector textil de Rochdale, cerca de Manchester (Inglaterra), decidieron unir sus fuerzas y formar las bases del cooperativismo bajo los principios que hoy inspiran a esta forma de hacer empresa.

La base del cooperativismo

La idea era poner en marcha de forma colectiva las compras y comercialización de bienes de consumo con el fin de conseguir cuotas de mercado, alcanzando, de manera exitosa, mejorar la calidad de vida de todos sus asociados.

Eran años difíciles, en los que sus socios no sólo perseguían obtener bienes a precios más competitivos;

sino que su visión a largo plazo les hacía pensar que el esfuerzo necesario para conseguir esta unión les permitiría conseguir más estabilidad y otros servicios asociados que de manera individual serían imposibles para ellos.

Si las cooperativas no existieran, habría que inventarlas.

Desde entonces el área de Manchester ha sido considerada la cuna del cooperativismo, debido a aquellos pioneros de Rochdale, que iniciaron una forma de hacer empresa sabiendo que éxito está antes que trabajo sólo en el diccionario.

La introducción del cooperativismo en España fue más tardía y de forma más lenta, entre otros motivos por el escaso apoyo institucional que obtuvo en sus inicios. Fue en el año 1865 cuando se fundó la primera cooperativa de consumo en Gerona con 78 socios.

Desde aquellos tiempos hasta nuestros días han sido numerosas las cooperativas que han demostrado la validez de esta forma de organización empresarial, de unión y de trabajo conjunto por un bien común. Logrando para sus socios mejorar el acceso a la información, a las herramientas y a los servicios necesarios para desempeñar su actividad.

Este recorrido ha dado unas cifras que son dignas de mención, y que la Organización de las Naciones Unidas puso en valor en el año 2012 con motivo del Año Internacional de las Cooperativas, 168 años más tarde.

Datos destacables

- Las cooperativas ya emplean a 100 millones de personas en todo el mundo.
- La existencia de alrededor de 1000 millones de personas relacionadas con el cooperativismo en el mundo.

- El volumen de negocio de las 300 mayores cooperativas, entre las que se encuentra una española (Grupo Mondragón), equivale al Producto Interior Bruto de Canadá.
- En Estados Unidos las cooperativas lecheras controlan aproximadamente el 80% de la producción en todo el país.
- En India la mayoría de las cooperativas funcionan prestando servicio de crédito a sus socios.
- En Brasil el 40% de la actividad agrícola se canaliza a través de cooperativas. Un país que es 17 veces más grande que España en extensión.

Nuestro modelo de empresa

Centrándonos en nuestro sector, el de la aceituna de mesa y del aceite de oliva, en 2015 se publicó una lista de las 10 mayores cooperativas europeas, entre las que el Grupo Manzanilla Olive estaba situado en el puesto número 7.

Con estos datos y casi sin darnos cuenta, nuestro Grupo empieza a tener presencia a nivel internacional.



Las bondades de la aceituna mesa y el aceite de oliva

■ MARI CARMEN MARTÍN QUERO. Departamento de Marketing y Comunicación.

¿Conocemos las bondades de la aceituna y su derivado primigenio, el aceite de oliva?

Aunque parece que la tendencia está cambiando en los últimos años, la aceituna y el aceite de oliva no siempre han gozado de la fama de saludable, natural y versátil que actualmente tienen.

Se dice del consumo de la aceituna de mesa y del aceite de oliva que aportan muchas calorías, que engordan mucho, que no sirve para cocinar, que el mejor aceite es el que menos acidez tiene. Mitos creados por desinformación o para favorecer el uso de otras grasas menos naturales y saludables. Incluso existe todavía un desconocimiento generalizado de que el aceite de oliva virgen extra es el de más calidad, con más beneficios y mayores características sensoriales.

Pero cabe preguntarse ¿por qué el olivo ha sido cultivado desde la antigüedad? Pues, debido a sus grandes

propiedades beneficiosas para la salud, conocidas y valoradas desde tiempos remotos.

“Presencia desde tiempos remotos”

A modo de curiosidad, tomemos nota de la presencia de estos productos, en:

El código de Hammurabi, que se remonta al año 2.500 a.C., ya habla del aceite de oliva, para regular su comercio. El Código de Hammurabi, creado por el rey de Babilonia Hammurabi, es uno de los conjuntos de leyes más antiguos que se han encontrado y uno de los ejemplares mejor conservados de este tipo de documentos creados en la antigua Mesopotamia.

En la Grecia Clásica, el transporte del aceite de oliva era asegurado por una flota de barcos aceiteros.



Homero definió al aceite de oliva como “oro líquido”.

Leyendas como la fundación de Atenas en Grecia, o el monte Testaccio de Roma tienen el olivo y el aceite de oliva como protagonista.

El olivo es el árbol que representa la paz, el signo del fin del diluvio universal en la Biblia y uno de los seres vivos con más longevidad: cientos de años, y en algunos casos más allá del milenio.

Los romanos ordenaron a las poblaciones conquistadas el pago de los tributos bajo forma de aceite de oliva.

Ya por entonces, los antiguos romanos clasificaron el aceite de oliva en cinco calidades:

- Óleum ex albis ulivis, procedente de la molienda de las aceitunas verdes.
- Óleum viride, procedente de las olivas recogidas en el estadio más avanzado de maduración
- Óleum maturum, procedente de aceitunas muy maduras.
- Óleum caducum, procedente de aceitunas recogidas del suelo.
- Óleum cibarium, procedente de aceitunas casi podridas, esta última clase de aceite era destinado a la alimentación de los esclavos.

Son pocos los alimentos que pueden presumir de tan larga

trayectoria en siglos de historia y de sus tan apreciadas cualidades y bondades. Desde los Fenicios, pasando por civilizaciones como la Persa, la Egipcia, la Griega, la Romana, por la Edad Media y hasta nuestros días.

El naranjo sabe a vida Y el olivo a tiempo sabe....

Miguel Hernández

Continuos titulares de prensa nos lo confirman:

“Según aporta una nueva investigación publicada en “Journal of the American Heart Association” de la que se hace eco la agencia Europa Press, comer grasas saludables podría salvar a más de un millón de personas de fallecer a causa de enfermedades del corazón”.

“Aumentar el consumo de grasas saludables podría salvar un millón de vidas: Los fallecimientos por exceso de consumo de grasas trans, en aumento”.

“El aceite de oliva formará parte de una investigación sobre el Alzheimer: Es un proyecto donde trabajan la Universidad Complutense, Pfizer y la Fundación Juan Ramón Guillén”.

“Científicos del Instituto de Biomedicina de Sevilla (IBiS), han estudiado la composición de una crema cosmética obtenida a partir de la aceituna andaluza para valorar su eficacia”.

New Holland T4.115

OFERTA ESPECIAL



115CV
3 años 0%
por tan solo
34.999 € +IVA

OFERTA ESPECIAL

Financiación a 3 años al 0%

TAE: 1,29%*

Equipación ofertada: Cabina original con A/A, inversor hidráulico, bomba Megaflow de 101L, puente delantero y trasero reforzado, neumáticos 340/85r24 y 16.9r34, contrapesos delanteros y toma de fuerza 540/540E. Consulte condiciones especiales para paquete Dual Command.

*T.A.E.: 1,29%. Ejemplo calculado para una operación de préstamo de 10.000 €, 36 cuotas mensuales de 283,61 €. Comisión de apertura y gastos de estudio: 1% con posibilidad de financiación. Gastos de inscripción en el Registro: 95€. Cuotas post pagables. Importe máximo a financiar en serie T4 32.000€. Intereses subvencionados por New Holland. Financiación realizada a través de CNH Industrial Capital Europe Sucursal en España. Campaña aplicable en el concesionario CM93. Las cuotas incluyen un seguro de protección de pagos CARDIF. CIF: A0012421D. Tfno.: 91 5903001. Campaña vigente hasta el 31 de marzo de 2016 o hasta fin de existencias. Operaciones sujetas a estudio y aprobación. No incluye transporte ni matriculación.

y ahora
SEGURO
de regalo



www.newholland.es

ITT CM93
Compañía Maquinaria 93 SA

Autovía Sevilla-Utrera, km. 8 • 41500 Alcalá de Guadaíra (SEVILLA)

Antonio Moreno. Tel: 660 486 457

www.ittgrupo.com

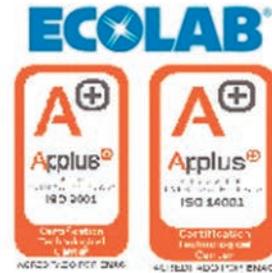


Ahora es el momento de que nuestro consumidor los disfrute y los exija en la mesa. Deberíamos celebrar en cada provincia, en cada pueblo olivarero, la llegada de la aceituna y del aceite nuevo. Eso es la auténtica cultura olivarera, eso es contribuir a que las generaciones futuras conozcan y aprecien el verdadero valor de nuestras aceitunas y nuestros aceites de oliva.

A tomar conciencia de que las aceitunas de mesa son auténticos alimentos saludables, y que el aceite de oliva virgen extra es un verdadero zumo de fruta y no una simple grasa vegetal.

Si antaño gustaban los aceites dulces, ahora la tendencia ha cambiado. Cuando el consumidor degusta un aceite que huele a naturaleza sana, a campo abierto y a fruta fresca; lo elige. Y cuando además se le explica que el picor y el amargor se deben a los potentes componentes fenólicos, antioxidantes que nos previenen frente a nuestros principales enemigos, los radicales libre, entonces ya no quieren aceites refinados.

Por una alimentación tradicional y saludable



CEAMAR
DISTRIBUCIONES S.L.

Pol. Ind. Hacienda Dolores, calle 7, naves 25 - 33
Alcalá de Guadaíra (41500) Sevilla
Tlno: 955 634 208 Fax: 955 634 209
mail: pedidos@ceamardistribuciones.com

Distribuidor de productos de limpieza, lavandería y maquinaria industrial.



4 Seguimos tomando impulso

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



Han pasado dos años, y parece que fue ayer, desde que se puso en marcha una de las iniciativas más importantes dentro del sector de la aceituna de mesa en la provincia de Sevilla. Casi veinte empresas, en su mayoría cooperativas, junto con las organizaciones agrarias y otras entidades representativas tanto del sector como del desarrollo rural se unieron con un objetivo común, solicitar una denominación de calidad de ámbito europeo para dos de las variedades de aceitunas más importantes del mercado y que son seña de identidad de nuestra provincia y un producto fundamental en nuestros pueblos tanto desde el punto de vista económico, social y cultural, la aceituna Manzanilla y Gordal de Sevilla. En la provincia sevillana se produce



aproximadamente el 85% del total de la producción de aceituna Manzanilla sevillana que se produce en España y casi el 100% de la producción de la aceituna Gordal de Sevilla. Estos datos dan una idea de la importancia que estos cultivos tienen para el dinamismo y el desarrollo económico de gran parte de los pueblos sevillanos.

Fue el 18 de marzo cuando se crea oficialmente la Asociación, de la que tengo el gran honor de pertenecer, y esa fecha será recordada dentro de muchos años como el día en que se empezaron a cambiar inercias, dinámicas y pensamientos en el sector. Ese día será el día en que un gran número de agricultores sevillanos que viven por y para sus olivos manzanillos y gordales sienten que había que hacer algo diferente para proteger y salvar sus aceitunas de una más que probable desaparición con el paso de los años.

Por tanto, nuestra Asociación, APAS, no es más que el

sólido empeño de hombres y mujeres que creen en un mañana más próspero para los olivares de Sevilla y que a través de la denominación de calidad de la aceituna Manzanilla y Gordal de Sevilla y su Consejo Regulador inician un camino para recuperar el sitio y el orgullo del olivar tradicional sevillano.

Pese a las dificultades en la tramitación que hemos tenido a lo largo de este camino con una parte del sector en contra de nuestro proyecto, dificultades que han sido ajenas a nuestras decisiones y al trabajo realizado en estos dos años, podemos sentirnos orgullosos de los pasos dados y de los “pequeños éxitos” alcanzados. Sin haber



conseguido aún el objetivo final, hemos avanzado mucho en este tiempo y, sin duda, nuestro propósito está más cerca que nunca.

Estamos convencidos del éxito de este proyecto porque tejemos lazos para que seamos más y mejores, miramos al futuro sin olvidar nuestras raíces, cuidamos cada detalle con una propuesta sin fronteras y con una nueva forma de mirar nuestro producto, nuestra aceituna, la aceituna de mayor reputación a lo largo de la historia y así queremos que siga siendo. Hablamos desde el corazón y amamos lo que decimos y hacemos y, sobre todo, tenemos la voluntad para seguir andando el camino.

Vosotros, los agricultores, sois las 10.000 razones para seguir liderando este proyecto. Con vuestro apoyo y vuestro trabajo estamos seguros de alcanzar las metas que nos hemos propuesto.

A todos vosotros, GRACIAS!



Nuestras Cooperativas: Cooperativa San Antón S. Coop. And. Pruna.

■ FCO. MANUEL MORENO GAVILÁN. Socio de Cooperativa San Antón SCA.



En la Atalaya de Sevilla, El Terril 1129 m., cumbre más alta de la provincia de Sevilla, se sitúa el milenario pueblo de Pruna fundado por los griegos el año 740 a.C. Aproximadamente a 1 km de Pruna se encuentra el castillo del Hierro, construcción fechada a mediados del siglo XV. En las faldas de éste se encuentra la Fuente del Pilarillo, de la cual emana agua desde hace siglos, se cree que el agua proviene de un manantial existente bajo el Castillo.

“Atalaya de Sevilla”

El término municipal abarca los 100 kilómetros cuadrados repartiéndose entre tierras para cereal, monte bajo y alto y olivar.

Como personajes ilustre de la localidad citar a, D. Eladio Gil Zambrana, escultor, nacido en Pruna el 7 de Abril de 1929 y fallecido en Cartagena de Indias el 16 de Enero de 2011, emigró a Colombia estableciéndose en Cartagena de Indias, es autor de las esculturas Cabeza de Vaca, La India Catalina, Albatros, La Maternidad, etc., rindiéndole recientemente homenaje el Ayuntamiento de Pruna al rotular una calle con su nombre y colocar una escultura de La Maternidad en esta vía.

Y **D. Miguel Sánchez Sánchez**, nacido en Pruna en los años setenta del siglo XIX, abogado, agricultor y alcalde de esta localidad por el Partido Liberal, gobernó el ayuntamiento durante la primera quincena del siglo XX, destacándose por su labor humanitaria, por dotar a la localidad con agua corriente y por fundar la Feria de Pruna el 20 de Agosto de 1913, en su momento el ayuntamiento le reconoció su labor rotulando la calle donde vivió con su nombre que aún hoy perdura.



La base de la economía gira en torno al olivo, al cereal y al ganado.

El olivar, como indica el libro, La historia de Pruna contada con sencillez, del autor, **D. Francisco Manuel Moreno Gavilán**, natural de Pruna; fue introducido por los griegos cuando ocho siglos antes de la era cristiana surcaban el Mediterráneo en dirección a Iberia buscando lo que a ellos le faltaba, trigo y que cambiaban por lo que a ellos le sobraba, aceite.

Tradicionalmente las variedades de olivo eran lechín, verdial duro, verdial tierno, manzanillo, etc. y en la actualidad se han introducido otras variedades, picual o marteño y hojiblanco que van ganándole terreno a las variedades tradicionales por ser más productivas y su laboreo menos costoso.

“San Antón S.Coop.And., uniendo esfuerzos y recursos”

San Antón S.Coop.And. se fundó el 25 de Octubre de 1969, gracias al impulso de sus primeros socios agricultores, que sumaban 850 hectáreas de olivos. Encabezados por D. Diego Cabezas Maldonado, vieron la solución de crear la cooperativa como una necesidad de oponerse al monopolio ejercido por una empresa privada que molturaba toda la producción de aceitunas de la localidad de Pruna.

Hoy en día aglutina a más de 500 socios agricultores y una superficie de cultivo de olivar por encima de las 3000

hectáreas, en las que predomina la variedad Lechín.

Han sido 46 años de superación constante en los que no se han escatimado los esfuerzos para incorporar en cada momento los medios humanos y técnicos capaces de conseguir aceites de oliva virgen extra de auténtica calidad y gran aceptación por el consumidor como los aceites monovarietales, gracias al esfuerzo y trabajo de agricultores, técnicos, trabajadores y el Consejo Rector.

En 1990 se construyen las instalaciones actuales, que posteriormente se han ampliado y modernizado adecuándolas a la normativa europea con la finalidad de mejorar el producto final. Muele más del 90% de la aceituna producida en la localidad y aglutina a más de 600 socios en una localidad de escasos tres mil habitantes.

Cuenta con Sala de Envasado, con tienda al servicio del agricultor y del ganadero donde pueden encontrar todo lo necesario para el cultivo del olivar, del cereal y alimentación del ganado y con gasolinera con precios competitivos.

“Con una D.O. Sierra de Cádiz, única en la provincia de Sevilla”

El 8 de Julio de 2002, dada la excelente calidad producida, es aceptada la S.C.A. San Antón dentro de la Denominación de Origen, Sierra de Cádiz. Esta empresa oleícola fue la primera de la provincia de Sevilla en lograr tener Denominación de Origen.



Desde septiembre de 2010, San Antón S.Coop.And, forma parte del Grupo Manzanilla Olive S.Coop.And. de 2º grado. Esta cooperativa de 2º grado se creó para avanzar en la cadena de valor y trabajar en la mejora y transformación del sector del olivar de nuestros pueblos sevillanos. Por ello desde el Grupo se desarrolla el proceso de la industrialización y comercialización de la aceituna de mesa y la gestión de la comercialización del aceite producido por las cooperativas de base.

FICHA DE LA COOPERATIVA

Consejo Rector:		Fundación: 1969
Presidente:	D. Manuel Lobato García	Socios: +600
Vicepresidente:	D. Manuel Marín Bustamante	Producción media: Aceite: 6.000.000 Kg Cereal: 700.000 Kg
Secretario:	D. José Manuel Bautista Godino	Facturación media: 4.000.000 €
Vocales:	D. José Pernía Román	Actividad: Industria Almazara
	D. José María Cabas Cuevas D. Andrés Cano López D. Manuel López Rodríguez D. José Vera Sánchez	Asociaciones a las que pertenece: MANZANILLA OLIVE S.C.A. CEREALES SEVILLA S.C.A. FAECA ASAJA
Gerente:	D. Antonio Moreno Gavilán	Dirección: Avda. de los Emigrantes s/n 41670 Pruna - Sevilla - España T: +34 954 858 530 F: +34 954 858 530 tecnico@prunaoliva.com www.prunaoliva.com



Etiquetas MACHO

www.etiquetasmacho.com



Etiquetas MACHO



Parque Empresarial Juan Macho Hernández, C/ Artes Gráficas, 1. Telf 95 585 28 00.
email: info@etiquetasmacho.com - 41530 - Morón de la Frontera - (Sevilla)



Trazabilidad y Seguridad Alimentaria; un vocabulario al que tenemos que acostumbrarnos

■ JOSÉ ANTONIO HOLGADO LOZANO. Departamento de informática.

El Reglamento de la CEE en materia de trazabilidad y seguridad alimentaria, tiene como primer objetivo el de aproximar conceptos, principios y procedimientos de cara a la libre circulación de alimentos seguros y saludables. Se introduce con carácter horizontal, para todas las empresas alimentarias, la exigencia de disponer de un sistema de trazabilidad, de los alimentos, y de cualquier otra sustancia destinada a ser incorporada en un alimento o con probabilidad de serlo (aceitunas, pasta, productos químicos, etc.).

La trazabilidad ha de ser concebida como un sistema de identificación de productos o grupos de productos a lo largo de toda la cadena agroalimentaria, especialmente justificado por razones de seguridad alimentaria.

Cada empresa deberá disponer de un sistema de gestión que permita identificar y realizar un seguimiento de los productos que entran, permanecen y salen en su negocio de forma ágil, rápida y eficaz, con el fin de que ante una pérdida de seguridad del producto puedan adoptarse las medidas necesarias. Uno de los requisitos imprescindibles para alcanzar la finalidad de este sistema es la total implicación de todos los eslabones de la cadena alimentaria. La ruptura en la transmisión de información en cualquier punto implica la invalidez de todo el sistema, haciendo inútiles los esfuerzos realizados por el resto.

Importancia del sistema de trazabilidad.

Al margen de su requerimiento legal, el seguimiento de un adecuado sistema de trazabilidad presenta grandes ventajas para empresas productoras, consumidores y Administración.

En caso de problemas sanitarios, quejas de clientes, fallos en la producción, etc., la empresa puede retirar los productos con la mayor rapidez. También es capaz de determinar la causa del problema, el alcance, y tomar decisiones en un relativo corto espacio de tiempo. La gestión eficaz en caso de crisis reduce considerablemente los daños en la imagen comercial de la marca.

Los consumidores se sienten más satisfechos y confiados

en los productos que consumen, teniendo la garantía de que existe transparencia informativa a lo largo de toda la cadena agroalimentaria.

La Administración puede actuar de forma más eficaz en la gestión de alertas sanitarias, intoxicaciones, etc., reduciendo las alarmas en la población, que tanto perjuicio suponen, tanto para los consumidores como para el sector industrial. Asimismo, la Administración puede depositar mayor confianza en las empresas que tienen implantado un sistema de trazabilidad, facilitando las actividades de control oficial.

De esta manera, hoy en día, la mayoría de alertas alimentarias son desconocidos por el consumidor, pues si bien se producen continuamente, afectan cada vez a menos cantidad de producto, y en general no saltan a la luz pública, salvo excepciones.

Pero...¿qué significa todo esto en la práctica y qué repercusiones tiene para una empresa?

Quizás resulte complejo de entender para un profano en la materia la importancia de este concepto, pero lo vamos a explicar de una manera muy gráfica:

Imaginemos que algún día se detecta que en una finca de un agricultor se ha utilizado un producto perjudicial para la salud de los consumidores. La trazabilidad hacia adelante permitirá saber dónde han ido a parar esas aceitunas, de manera que se pueda retirar la producción de esa finca del mercado de inmediato.

O imaginemos que algún día se detecta que un consumidor en Alemania se ha intoxicado con una lata de aceituna procedente de nuestra empresa. La trazabilidad hacia atrás permitirá saber qué ha producido la intoxicación, identificar la mercancía con problema y permitirá de nuevo retirar dicha mercancía del mercado.

O imaginemos que algún día se detecta que la pasta de anchoa suministrada por una empresa concreta estaba

contaminada de algún modo. La trazabilidad de proceso permite saber en qué productos se ha utilizado esa pasta y retirarlo del mercado.

Sea cual sea el tipo de identificación utilizado, el tiempo de reacción debe ser el mínimo posible, permitiendo relacionar rápidamente el producto que sale de una empresa, los productos que intervinieron y los procesos de producción y comercialización seguidos. Cuanto más identificado esté el problema, menos costoso será para la empresa.

Definir el ámbito de aplicación: hacia atrás, de proceso y hacia delante

La trazabilidad hacia atrás permitirá, a partir de un producto intermedio o final, obtener de forma ágil la información relevante asociada a dicho producto, hasta llegar al origen de las materias primas. Puntos a considerar en cada empresa serán el nombre y dirección de los proveedores, la mercancía recibida con su identificación, número de unidades y fecha de duración mínima o la fecha de recepción.

La trazabilidad del proceso permitirá vincular los productos que entran en una empresa con los que salen. Es necesario tener en cuenta las divisiones, cambios o mezclas de lotes o agrupaciones, así como el número de puntos en los que es necesario establecer registros o nexos con el sistema de autocontrol ya establecido. Aspectos relevantes en este punto serán la identificación de los productos obtenidos como resultado de las operaciones desarrolladas en la empresa, a partir de qué productos, número de unidades de venta producidas o qué procesos se han llevado a cabo y cuándo.

La trazabilidad hacia delante permitirá conocer dónde se ha distribuido un determinado producto. Con ella, a partir de una materia prima se puede conocer el producto final del que ha formado parte. Se deberán tener en cuenta en cada empresa el nombre y dirección de los clientes, las mercancías distribuidas y la fecha de salida de las instalaciones.

La trazabilidad hacia atrás será necesaria siempre que exista suministro alguno de productos por parte de un proveedor y la de proceso cuando exista cualquier tipo de combinación, mezcla o división de los lotes o agrupaciones de productos que se reciben.

La responsabilidad de cada empresa alimentaria en relación con la trazabilidad termina cuando se identifica

al eslabón anterior (proveedor) y al eslabón posterior (cliente) a ella misma en relación con un producto concreto puesto en el mercado. La suma de las informaciones proporcionadas en cada proceso, nos permitirá conocer el historial completo del producto.

Implantación del Sistema de Trazabilidad en Manzanilla Olive.

La evolución de Manzanilla Olive, actualmente envasando aceituna de mesa y llegando con su producto al consumidor final, ha hecho que el concepto trazabilidad tome una dimensión que hasta el momento no existía: hemos pasado de ser simples productores de aceituna de mesa, y de descargar la responsabilidad de todo en el siguiente eslabón de la cadena, el envasador, a ser nosotros los responsables de cualquier cosa que ocurra. Y debemos ser conscientes de que Manzanilla Olive somos todos: los productores, las cooperativas y la fábrica.

Nuestra preocupación ha derivado en un sistema de información/trazabilidad novedoso y potente, ya que incorpora la posibilidad de la traza completa del producto, desde el consumidor hasta el origen (parcela, agricultor, etc.), y viceversa.

Para dar soporte a este sistema, vemos algunas características y decisiones tomadas en la implantación:

- ***Soporte desde primer momento de la gestión de inventario tanto de las cooperativas de base como de la fábrica***
- ***Identificación única de lotes, sin intervención humana, y no manipulable***
- ***Identificación, en la mayor parte de los casos, de lotes por cantidades pequeñas, para mejor acotación de los posibles problemas e incidencias.***

Es indiscutible que la correcta gestión de la trazabilidad redunde en seguridad y en imagen del grupo.

El correcto funcionamiento de todo el sistema va más allá de lo puramente técnico. El factor humano es de capital importancia, ya que adquirir conciencia de la importancia que este tema tiene a todos los niveles, y hacer lo posible para que la información introducida en el sistema sea correcta es el pilar fundamental para que todo el sistema sea robusto y fiable.

Datos de
ORIGEN



La finca, el término, el polígono y la parcela del agricultor que suministró las aceitunas, así como su escandallo y cantidades en verdes.

Datos de
PROCESOS



De cocción, de conservación, de movimientos, de ubicación, de distribución en el clasificado y datos de tratamientos.



La información se traslada al papel, programa informático u otro formato revisable.

INFORMACIÓN

Sensibilización, información y una obligación que garantiza nuestro futuro

Por esto, tenemos que sensibilizar a todos, agricultores, cooperativas de base, sus consejos rectores, sus trabajadores y por supuesto al personal de Manzanilla Olive de que la trazabilidad no es un lujo, ni un capricho, ni una pérdida de tiempo, ni un trámite burocrático; es una obligación que garantiza nuestro futuro.



El inicio del camino ecológico

■ ÁNGEL ABELLÁN FERNÁNDEZ. Departamento de Exportación.

Dice un proverbio Chico atribuido a Lao-Tsé que un viaje de mil millas comienza con un primer paso. Manzanilla Olive dio ese primer paso hace algunos meses cuando decidimos certificarnos para poder recepcionar y comercializar nuestro producto ecológico, tanto aceite de oliva como aceituna de mesa.

Después de ese primer paso, el segundo paso en nuestro viaje de mil millas ha sido visitar la feria Biofach en Nuremberg, Alemania.

Feria internacional de productos ecológicos www.biofach.com, BioFach es la plataforma ferial internacional más importante para los productos ecológicos, abarcando desde materias primas y alimentos hasta productos textiles, calzado, y productos de cosmética e higiene. Atrae a un gran número de visitantes internacionales con un perfil muy profesional.



“Ecológico, por dentro y por fuera”

Alemania es el principal mercado europeo para la alimentación ecológica y el segundo en el contexto internacional (tras EEUU). En el 2011 el mercado alemán facturó 6,6 millardos de euros, con un acusado incremento del 9 % sobre el año precedente. Es importante resaltar en este contexto que asimismo representa un mercado netamente importador.

El comercio minorista organizado tradicional (grandes grupos de la distribución) es el que mayor cuota de mercado concentra, con un volumen de negocio en el 2011 de 3.530 millones de euros y una cuota del 53,5 % sobre el total de las ventas facturadas por el comercio ecológico. Dentro de esta categoría están recogidas las cadenas de hipermercados y supermercados, incluidos los supermercados de descuento, que en los últimos años han ampliado de forma significativa su gama de productos ecológicos y han obtenido unos incrementos muy notables de su facturación. En segundo lugar se sitúa el comercio especializado en ecológicos, que incluye al comercio ecológico independiente y a las cadenas de supermercados especializados únicamente en productos ecológicos. Su facturación en el 2011 se ha situado en 2,07 Mrd €, su cuota sobre el total en un 31,4 %. El comercio independiente con oferta de alimentación ecológica (panaderías, fruterías, carnicerías, etc.) ha mantenido la tendencia positiva en los últimos años y ha ampliado su cuota de mercado (14,8 %) llegando a facturar 980 millones de euros en el año 2011.

Apresiasión del producto español

Aproximadamente el 85 % de la producción española en alimentación ecológica se destina a los mercados exteriores, siendo Alemania uno de nuestros principales mercados de exportación. España exporta dentro del sector ecológico principalmente frutas y hortalizas, cereales y aceite de oliva. No hay datos con respecto a la percepción del consumidor alemán hacia el origen español de la oferta presente en los puntos de venta pero diversos estudios muestran indirectamente que el país de origen del producto ecológico no es un aspecto especialmente relevante. En cambio, sí que parece ser tenida en cuenta la cercanía regional de la producción – un 91 % de los encuestados según el estudio de Ökobarometer 2012 – lo que subrayaría la vinculación directa entre la agricultura



Stand de aceites ecológicos

ecológica y su impacto positivo sobre el medio ambiente cercano al consumidor.

Por otro lado, el predominio en este mercado de las marcas de las asociaciones y del comercio en general en la comercialización de alimentos ecológicos dificulta una clara identificación de la marca del productor y asimismo del origen del producto. En lo que respecta a la oferta de frutas y hortalizas, así como de aceite de oliva ecológico, es previsible que el consumidor alemán traslade la imagen que tiene de España como exportador de estos productos en su vertiente convencional a la producción ecológica.

Como se menciona en párrafos anteriores, las frutas, hortalizas, cereales y aceite de oliva es lo que mayor reconocimiento tiene España en el país teutón y ahí es donde debemos intentar introducirnos y hacer llegar nuestro aceite de oliva y aceitunas de cultivo ecológico.



Concurso de cata de aceite del público

Ningún viaje que mil millas dure es fácil y en este caso, nuestro camino estará lleno de dificultades. Sin embargo, muchos otros iniciaron el camino antes que nosotros y arribaron a buen puerto. El mercado alemán en particular e internacional en general hay muchas oportunidades:

Con un buen producto nacido del esfuerzo de nuestros agricultores y el trabajo de todo el equipo, esperamos conseguir posicionar nuestro producto en los principales mercados ecológicos de Europa y EEUU.

Cabe destacar, como se muestra en la fotografía, el concurso de los 10 mejores aceites de oliva ecológicos participantes en la feria. En el concurso había aceites de procedencia española, italiana, griega, tunecina y egipcia principalmente.

El potencial de crecimiento todavía es grande. Y ese potencial de crecimiento debe ser nuestra motivación para poder ofrecer una gama de producto que cada vez va ganando más cuota de mercado.

Con cada paso dado, queda uno menos para concluir nuestro viaje.



Recetario: Boquerones rellenos con aceitunas

■ INTERACEITUNA



En una sartén sofreír la cebolla con dos cucharadas soperas de aceite. Una vez sofrita, añadir el tomate y dejar hacer cinco minutos.

Agregar al sofrito las aceitunas y espolvorear con una cucharada de pan rallado. Dar una vuelta y retirar.

Disponer el boquerón abierto, sobre él una cucharada de la farsa, y encima otro boquerón abierto. Pasar por harina y huevo y freír a fuego lento hasta que estén dorados.

Acompañar con aceitunas negras picadas mezcladas con unas cucharadas de aceite, unas gotas de vinagre y una pizca de pimentón. Adornar con mejorana, orégano o albahaca fresca.

Ingredientes para 4 personas

- 16 - 20 boquerones
- 15 aceitunas verdes deshuesadas
- 1 cebolla
- 1/2 tomate
- 1 cucharadita de pan rallado
- huevos para rebozar

- aceite de oliva virgen para freír
- sal

Elaboración

Abrir, lavar y desespinar los boquerones. Pelar y picar menuda la cebolla. Picar las aceitunas. Pelar y partir en cuadraditos el tomate

LAS AVENTURAS de Gordalete y Manzanilla

MANZANILLA...¿CUÁNTOS TIPOS DE ACEITUNAS CONOCES TÚ?

UUUUUUUUUU... NO SABRÍA DECIRTE

PUES...HAY VARIOS TIPOS DE ACEITUNAS QUE SE DIFERENCIAN UNOS DE OTROS SEGÚN ESTÉN MÁS O MENOS MADURAS

Y SE DISTINGUEN PERFECTAMENTE POR EL COLOR QUE CADA TIPO DE ACEITUNA TIENE

Y... ¿CÓMO SE LLAMAN ESOS TIPOS DE ACEITUNAS GORDALETE?

PUES MIRA... ESTÁN LAS ACEITUNAS VERDES, LAS DE COLOR CAMBIANTE, LAS NEGRAS NATURALES Y, POR ÚLTIMO, LAS ACEITUNAS QUE HAN SIDO ENNEGRECIDAS DE FORMA ARTIFICIAL. A ESTAS ÚLTIMAS SE LES LLAMA NEGRAS OXIDADAS

¡CUÁNTAS COSAS SABES Y QUÉ PALABRAS MÁS RARAS DICES GORDALETE! A VER, CUÉNTAME MÁS COSAS DE CADA TIPO DE ACEITUNAS QUE VOY A PRESTAR MUCHA ATENCIÓN

LAS ACEITUNAS VERDES SON AQUELLAS QUE SE RECOGEN DEL OLIVO ANTES DE QUE EMPIECEN A CAMBIAR DE COLOR. SON DE COLOR VERDE Y TAMBIÉN UN POQUITO AMARILLAS

LAS ACEITUNAS DE COLOR CAMBIANTE TIENEN UN COLOR ENTRE ROSA Y ROJO Y DEBEN RECOGERSE DEL ÁRBOL ANTES DE QUE SE PONGAN DE COLOR NEGRO

¡OOO, ¡CUÁNTO SABES!

LAS ACEITUNAS NEGRAS SON LAS QUE SE RECOGEN DEL OLIVO CUANDO YA ESTÁN MUY MADURAS Y SU COLOR ES NEGRO

EL ÚLTIMO TIPO SON LAS ACEITUNAS ENNEGRECIDAS DE FORMA ARTIFICIAL

¿ARTIFICIAAL? Y ¿ESO QUÉ ES?

PUES QUE EN LAS FÁBRICAS A LAS ACEITUNAS DE COLOR VERDE LE CAMBIAN EL COLOR CON UNOS PRODUCTOS QUE LES ECHAN Y LAS PONEN DE COLOR NEGRO. ESTAS ACEITUNAS NEGRAS SE UTILIZAN SOBRE TODO COMO INGREDIENTES EN LAS PIZZAS, LAS ENSALADAS...

GRACIAS GORDALETE POR HABERME EXPLICADO LOS TIPOS DE ACEITUNAS QUE HAY

JEJE... Y EL PRÓXIMO DÍA MÁS