

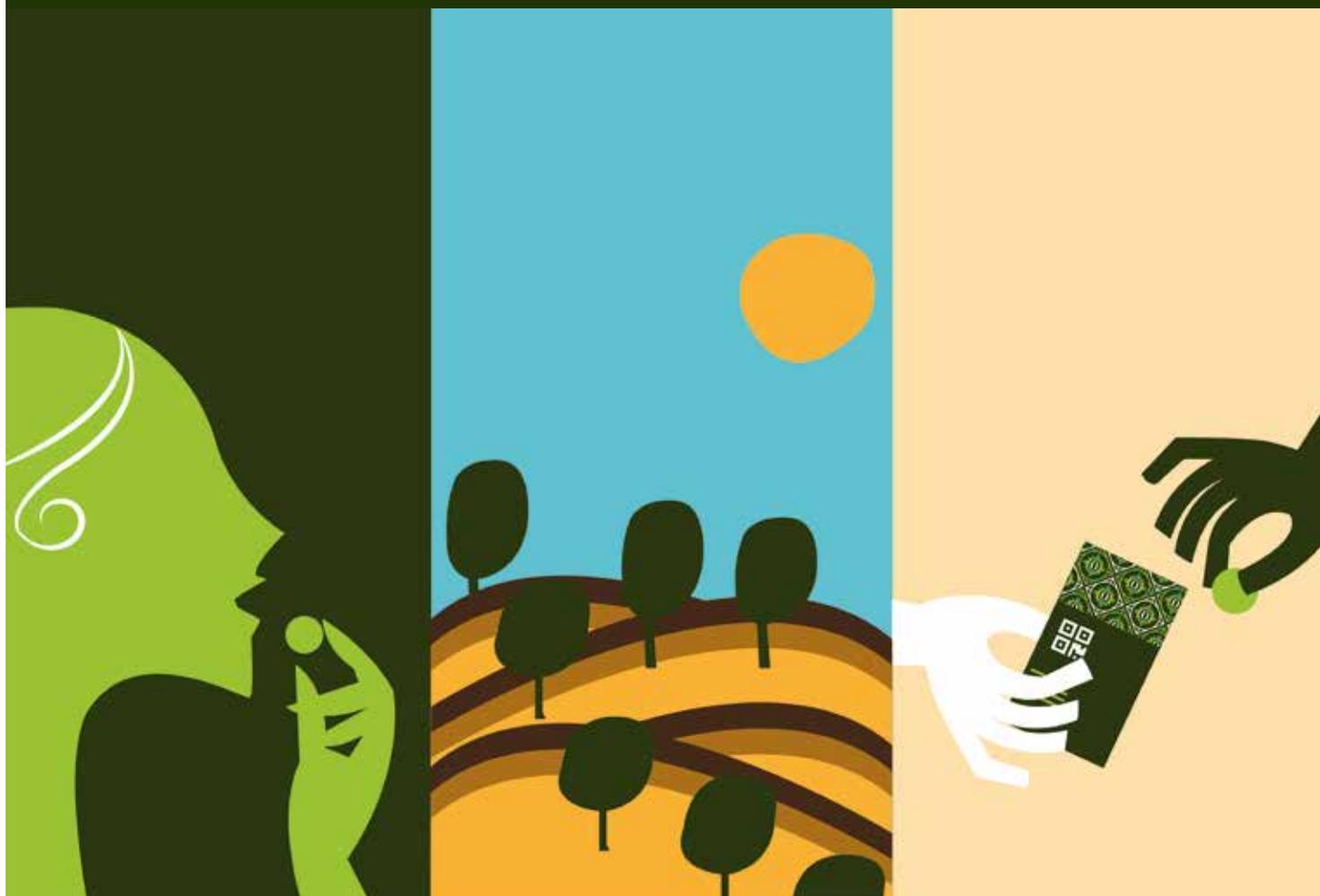


Noviembre 2016

PUBLICORREO

EL MANZANILLO

manzanillaOlive



*TrazaOlive, apostando
por la Innovación en Seguridad
y Calidad Alimentaria*

www.manzanillaolive.es

manzanillaOlive

— El sabor de Sevilla —

SUMARIO

- | | | |
|----------|--|---------|
| 1 | Proyecto TrazaOlive, la garantía del origen. | Pag. 3 |
| 2 | Nuevas metas alcanzadas: Aceituna Manzanilla Ecológica y Aceituna Morona Aliñada Estilo Tradicional. | Pag. 6 |
| 3 | La Igualdad que necesita el campo. | Pag. 8 |
| 4 | Nuestras Cooperativas: San José S. Coop. And., La Puebla de Cazalla. | Pag. 12 |
| 5 | APAS. Promoción Turística en la capital sevillana de la mano de la Aceituna de Mesa | Pag. 15 |
| 6 | “París bien vale una misa”. SIAL París 2016 | Pag. 19 |
| 7 | El corazón de la economía global. | Pag. 20 |
| 8 | Recetario: Solomillo de cerdo con semillas de amapolas y aceitunas. | Pag. 22 |
| 9 | Las aventuras de Gordalete y Manzanilla: Estilo sevillano y exportación. | Pag. 24 |



NUESTRAS COOPERATIVAS DE BASE:

- | | |
|-----------|---|
| 1 | Ntra. Sra. de las Virtudes SCA (La Puebla de Cazalla, Sevilla) |
| 2 | San José SCA (La Puebla de Cazalla, Sevilla) |
| 3 | Labradores de la Campiña SCA (Arahal, Sevilla) |
| 4 | Agrícola de Paradas SCA (Paradas, Sevilla) |
| 5 | Mairena Agrícola SCA (Mairena del Alcor, Sevilla) |
| 6 | Agrícola Carmonense SCA (Carmona, Sevilla) |
| 7 | Olivarera La Campana (La Campana, Sevilla) |
| 8 | Ntra. Sra. Del Rosario SCA (Fuentes de Andalucía, Sevilla) |
| 9 | San Antón SCA (Pruna, Sevilla) |
| 10 | S.Coop.And. del Campo San Roque (El Coronil, Sevilla) |

EDICIÓN Nº 8

Noviembre 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

M. +34 636 607 235

www.manzanillaolive.es

comunicaciones@manzanillaolive.es

IMPRIME Y MAQUETA

Ibergrafic Morón

DISTRIBUYE

Grupo Manzanilla Olive S. Coop. And.

con la colaboración de:



Aceituna Manzanilla entera
y Aceite de Olive Virgen Extra



Proyecto TrazaOlive, la garantía del origen.

■ JOSÉ ANTONIO CRUZ MEJÍAS. Director de Marketing.

Proyecto TrazaOlive

El innovador sistema de trazabilidad de
Manzanilla Olive.

“Gracias al Proyecto TrazaOlive, podrás conocer la historia de las aceitunas que estás comiendo, y lo que es más importante, estar seguro que son auténticas aceitunas de Sevilla.”

Manzanilla Olive en su compromiso por seguir avanzando aprovechando aquellos recursos y medios a su alcance, ha desarrollado un sistema novedoso que permite garantizar la gestión de la Trazabilidad de las aceitunas de mesa que produce, envasa y comercializa.

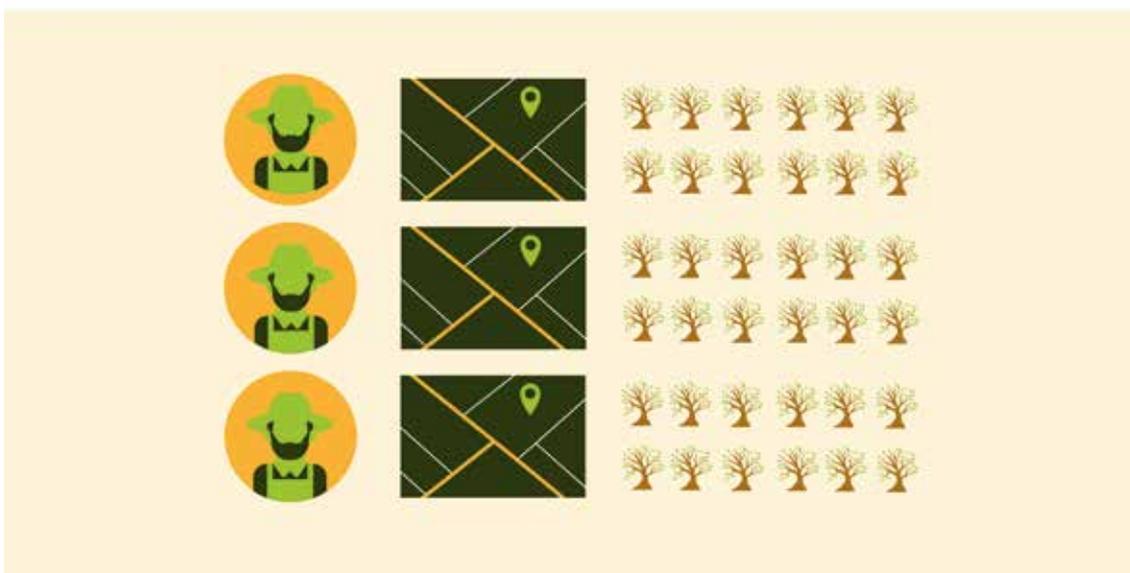
“En Manzanilla Olive hemos desarrollado un innovador sistema de Trazabilidad”

“Cada vez que un agricultor nos entrega aceitunas, datos sobre su finca y manejo, son registrados e incorporados en una base de datos.”

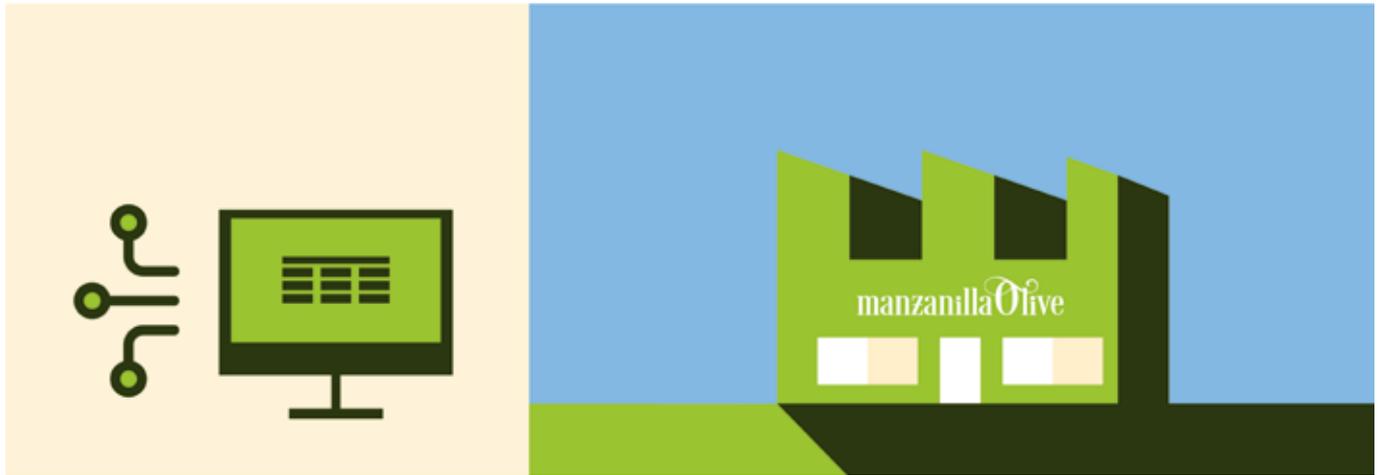
La complejidad de la cadena alimentaria es cada vez mayor y requiere la colaboración del sector público y privado para resolver los retos planteados, entre los que destacan la calidad y seguridad alimentarias, protección medioambiental y bienestar animal.

Todo ello exige disponer de medios de información y comunicación cada vez más sofisticados que identifiquen los productos y les hagan un seguimiento (trazabilidad) adecuado.

Recopilamos información de cada
agricultor en una base de datos



Sabemos de dónde vienen y cómo se han producido las aceitunas que recibimos



“Esta información acompaña al producto a lo largo de todo el proceso de transformación hasta su envasado final, identificando cada lata o frasco que sale de nuestras instalaciones.”

Trata de agilizar la transmisión de información veraz y objetiva siendo especialmente utilizado por la industria alimentaria en estrecha colaboración con sus proveedores y clientes. Como instrumento para llevar a cabo una estrategia de seguridad sanitaria alimentaria, se utiliza la trazabilidad, es decir la capacidad de identificar donde se encuentra o ha estado un producto alimentario a lo largo del circuito comercial desde sus comienzos. Dicha información debe permitir identificar el origen de los problemas de calidad e higiénico - sanitarios que puedan presentarse así como depurar responsabilidades.

Esta información acompaña al producto a lo largo de todo el proceso de transformación

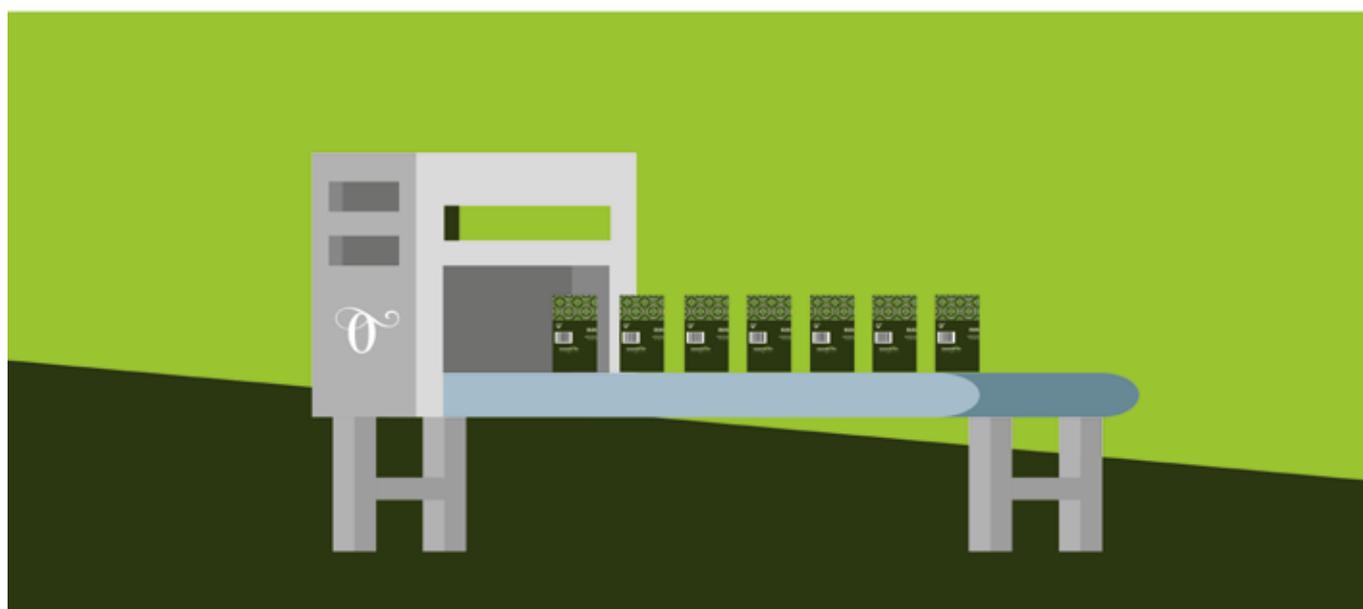


Desde la óptica del funcionamiento, la trazabilidad permite un mejor seguimiento y control del producto evitando fraudes al identificar sus características y procesos aplicados. Una buena forma de controlar los robos en el campo y garantizar al consumidor el producto final.

La rapidez y disponibilidad de la información a cualquier usuario mejora la transparencia de la gestión y permite organizar una base de datos que ayude a un mejor conocimiento de la cadena comercial. En relación a las correspondencias entre los protagonistas de la trazabilidad, hemos de ser conscientes de su responsabilidad y oportunidades en cada una de las etapas comerciales. Así, por ejemplo, los agricultores deben identificar sus prácticas de cultivo, tratamientos y agroquímicos empleados.

Es un instrumento que puede servir para incrementar el valor añadido, al identificar los consumidores los principales atributos de los productos, y a través de los mecanismos de mercado, especialmente los precios, orientar hasta el nivel de producción sus preferencias. La trazabilidad facilita también las acciones de la Administración y las propias empresas al identificar las causas en momentos de alerta alimentaria, retirando las partidas defectuosas o los procesos de elaboración inadecuados.

hasta el envasado final, identificando cada lata o frasco que sale de nuestras instalaciones.



Mirando hacia el futuro no es aventurado predecir que el sistema alimentario va a experimentar transformaciones más radicales de las que hasta ahora hemos conocido.

“Para obtener información, solo tienes que leer el código QR del envase que llevará a una web donde se introduce el número de lote.”



La dinámica de las innovaciones tecnológicas, el acortamiento del ciclo comercial de los productos, la globalización de los mercados y los cambios de actitud de los consumidores, son algunos de los ingredientes del cambio.

Allí podrás acceder a información sobre el
manejo y prácticas agrícolas



El agricultor, además de su actividad tradicional de producir de forma adecuada en cuanto a sanidad, calidad y respeto medioambiental, va a tener ocasión de contactar con los clientes finales (detallistas) e incluso con los consumidores, ubicados en áreas geográficas muy distantes. La posibilidad de crear sus propios nichos de mercado, para aquellos consumidores que aprecien los atributos de sus productos, puede ser un instrumento comercial de primera magnitud.

“Disfruta de las mejores aceitunas del mundo. Nosotros nos ocupamos del resto.”

“Gracias al Proyecto TrazaOlive, podrás conocer la historia de las aceitunas que estás comiendo, y lo que es más importante, estar seguro que son auténticas aceitunas de Sevilla.”



Nuevas metas alcanzadas: Aceituna Manzanilla Ecológica y Aceituna Morona Aliñada Estilo Tradicional.

■ ANA ISABEL CABELLO CUBERO. Departamento de Calidad y Seguridad Alimentaria.

Aceitunas verdes Manzanilla, con todo el valor de lo ecológico y el sabor de Sevilla.

En julio 2016 Manzanilla Olive obtiene la certificación de Agricultura ecológica, por parte del comité Andaluz de Agricultura Ecológica (CAAE), para poder envasar y comercializar aceitunas ecológicas en su planta de Utrera y comercializar aceite ecológico obtenido y envasado por las cooperativas de base

certificadas en producción ecológica, con la marca Manzanilla Olive.

Es en el mes de agosto cuando el Grupo Manzanilla Olive, presentó su primer producto ecológico, las aceitunas verdes Manzanillas enteras, 100% ecológicas.

ES-ECO-001-AN
Agricultura UE



Procedentes de la agricultura ecológica aplicada a nuestros campos y a nuestros olivos, pone a disposición del consumidor en un formato cómodo para disfrutar como aperitivo, las primeras aceitunas verdes enteras de la variedad Manzanilla sevillana ecológicas.

Con la garantía de la certificación de agricultura ecológica, en la que se sigue un riguroso proceso de producción, elaboración y envasado, para que el consumidor final pueda disfrutar de este producto con su auténtico sabor tradicional, libre de aditivos y contaminantes.

Cada vez más el consumo de “alimentos ecológicos” constituye una manera de saborear la naturaleza, una forma de apropiarse de un paisaje o de unos conocimientos considerados como vírgenes e incontaminados. Es en este modelo de consumo donde los alimentos ecológicos poseen una mayor fuerza ya que la certificación “agricultura ecológica” se ajusta a la perfección a las directrices de la trazabilidad, al garantizar que el producto ha sido objeto de controles en todos los ámbitos de la cadena productiva.

Manzanilla Olive, apuesta por lo auténtico, lo tradicional y la calidad, pero siempre con garantías absolutas de seguridad alimentaria y origen del producto.



En esta nueva apuesta de Manzanilla Olive, ha pretendido, por un lado, que el consumidor disfrute del contraste de un auténtico sabor de las aceitunas manzanillas ecológicas, aceitunas que han sido curadas en salmuera sin pasar el proceso de cocido tan habitual en la industria del aderezo y por lo tanto, tienen un sabor muy característico; y por otro lado se afianza el compromiso de la empresa por el cuidado

del medio ambiente y la sostenibilidad de los recursos naturales, apostando fuertemente por la agricultura ecológica en el olivar sevillano.

“Aceitunas Morona Aliñadas, Estilo Tradicional”

Estamos ante un nuevo producto cuyo proceso de estudio, desarrollo industrial y elaboración ha culminado con éxito en esta nueva presentación de Manzanilla Olive.

El inicio de este producto fue tomando forma gracias al Estudio para la recuperación y puesta en valor de los aliños tradicionales de la aceituna Morona. Dicho estudio se materializaba en un proyecto de transferencia tecnológica y estaba financiado por los Grupos de Desarrollo Rural y coordinado por la Asociación para la Promoción de las aceitunas en sus variedades sevillanas Manzanilla y Gordal.

El objetivo del estudio es el de incrementar la rentabilidad de las explotaciones de la variedad Morona y de revalorizar dicha variedad, que a pesar de tener una producción limitada, puede ser un producto de excelente calidad para el consumo, más allá del ámbito casero y local, ya que tiene un alto potencial como aceituna de mesa aderezada.

Es una aceituna cultivada para mesa por tener buena calidad, tamaño y relación pulpa/hueso, siendo un fruto que no sufre apenas daños en su recolección. Dándose su cultivo en la Campiña y Sierra Sur Sevillana, con más de 3.000 Has. El nombre hace referencia a su lugar de origen, Morón de la Frontera. Actualmente está cobrando más importancia por su mayor adaptación a algunos tipos de aderezos menos delicados pero que potencian considerablemente las características organolépticas de este fruto, consiguiendo un contraste de sabores que evocan a esos aliños caseros tradicionales de nuestros pueblos sevillanos.



3

La igualdad que necesita el campo.

■ M. CARMEN MARTÍN QUERO. Departamento de Marketing.

El pasado 15 de octubre se celebraba con multitud de actos en Andalucía, el Día Internacional de la Mujer Rural, ocasión en la que se volvieron a poner de manifiesto la necesidad de **mayor igualdad, visibilidad y ayudas para este colectivo.**

Aprovechando la ocasión fue oficialmente presentado el I Plan de Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la actividad Agroalimentaria y Pesquera de Andalucía. Documento que se ha elaborado basándose en las propuestas consensuadas por los agentes sociales de la comunidad autónoma de Andalucía.



“Todas las personas, hombres y mujeres como agentes de cambio”

La Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía ha venido trabajando con distintas medidas para corregir los desequilibrios sociales y territoriales en el medio rural y pesquero y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. En este marco, ha sido un objetivo principal disminuir las desigualdades de género en los diferentes ámbitos competenciales de esta consejería.

Es por ello que por Acuerdo de 10 de mayo de 2016, del Consejo de Gobierno, se aprueba la formulación del I Plan de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la actividad agroalimentaria y pesquera de Andalucía-Horizonte 2020, cuya elaboración corresponde a la citada Consejería.

“Andalucía cuenta con el sector agrario más potente de España”.



“Trabajadora en las faenas del verde”.

Este I Plan de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la actividad agroalimentaria y pesquera de Andalucía-Horizonte 2020, nace con el convencimiento de que la igualdad, además de ser un derecho de las personas, es una necesidad estratégica para profundizar en la democracia y para la construcción de una sociedad más justa, cohesionada y desarrollada social y económicamente en el medio rural y pesquero. Andalucía cuenta con el sector agrario más potente de España.

La actividad agroalimentaria juega un papel muy relevante en nuestra economía, aportando en torno a una cuarta parte de todo el valor de producción agraria nacional y un tercio del valor añadido; la industria agroalimentaria es el subsector industrial más importante por empleo, producción y valor añadido. Además, nuestras producciones agrarias y pesqueras son de calidad, competitivas y apreciadas por los consumidores internacionales. En definitiva, el medio rural y las zonas vinculadas a la pesca y la acuicultura constituyen ámbitos que tienen un peso específico importante y que han experimentado en las últimas décadas profundas transformaciones que afectan a su estructura social, económica, cultural y política y son resultado de su propio e innegable dinamismo interno.

Las mujeres de nuestro ámbito rural siguen teniendo dificultades añadidas.

Pero a pesar de ello, algunas de las condiciones que caracterizan al medio rural y pesquero, tales como la masculinización de la actividad, las mayores dificultades para acceder al empleo, a los servicios o la escasa representatividad femenina en puestos de responsabilidad y ámbitos de toma de decisiones, hacen que las mujeres tengan dificultades añadidas.

El 90% de los municipios de Andalucía están en el medio rural. En ellos reside el 20,23% de la población femenina, y el 21,75% de la población masculina.

Este novedoso Plan, nos propone avanzar en la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la actividad agroalimentaria y pesquera de Andalucía y que la perspectiva de género forme parte de la cultura de trabajo.

Apostar por la igualdad entre mujeres y hombres es una cuestión de derechos y constituye una condición para el logro de la justicia social, además de ser un requisito previo necesario y fundamental para la igualdad, el desarrollo y la paz.

Indudablemente, la igualdad es una cuestión de justicia social, pero también un requisito para el desarrollo económico y social de todo un país. Andalucía no puede renunciar al saber y al aporte que representa la utilización de las capacidades productivas de las mujeres y de su participación en todos los ámbitos de la vida.

“En el proceso hacia la igualdad no sólo importa dónde lleguemos, sino lo que vamos haciendo en cada momento”

Avanzar en materia de igualdad de oportunidades en el medio rural y pesquero es un proceso lento y afecta a ámbitos de intervención muy diversos. Lo mismo puede afirmarse respecto a la incorporación real de la transversalidad de la perspectiva de género en las políticas públicas y en el conjunto de áreas que conforman los diferentes ámbitos de actuación de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo rural. De ahí que para el compromiso con estas políticas sea clave exigir un conocimiento técnico especializado. Sin embargo, su impulso, diseño e implementación no puedan depender exclusivamente de las personas vinculadas académica, profesional o institucionalmente, a los temas de igualdad o a responsables políticos. **Toda la sociedad puede ser agente de cambio** en este sentido y en el caso del ámbito agroalimentario y pesquero, además del personal de la Administración son fundamentales la interlocución y el conjunto de toda la población, porque repercute directamente, en toda la población de nuestra comunidad. Para lograr los resultados esperados de este I Plan diseñado por la administración autonómica, se propone el desarrollo de una serie de medidas para ser ejecutadas y desarrolladas por órganos de la administración pública andaluza y por los agentes económicos y sociales de la comunidad andaluza, a lo largo del horizonte temporal hasta el 2020.

Las medidas contenidas en el Plan se estructuran en los siguientes ejes:

- **Formación y Profesionalización**
- **Empleo y Emprendimiento**
- **Empoderamiento**
- **Participación**
- **Difusión y Comunicación**

El Plan expone que con la ejecución y desarrollo de estas medidas se pretenden alcanzar, entre otros, los siguientes objetivos:

- Facilitar el acceso a la financiación de proyectos empresariales y de investigación cuya titular sea mujer.
- Fomentar la incorporación de las mujeres en tareas de producción primaria.
- Impulsar el empleo en mujeres con formación superior en el sector agroalimentario y pesquero.
- Profesionalizar las actividades realizadas por mujeres.
- Impulsar la Ley de titularidad compartida de las explotaciones agrarias.
- Impulsar la presencia y participación de las mujeres en los órganos de decisión de las empresas del sector.
- Etc.

En definitiva, reducir la brecha que la sociedad actual aún mantiene entre la población femenina y masculina en el ámbito laboral y profesional de nuestro sector y por ende de la mayoría de los sectores económicos andaluces.

No debemos obviar estas medidas y los beneficios que pueden suponer para nuestra economía, nuestra sociedad y nuestras gentes, pues como se ha afirmado a lo largo de este artículo “En el proceso hacia la igualdad no sólo importa dónde lleguemos, sino lo que vamos haciendo en cada momento para llegar a nuestra meta.”



Una parte de la plantilla de personal de Manzanilla Olive

En Manzanilla Olive, no se ignora esta situación, y por ello tiene asumido el importante papel y la valiosa aportación de la mujer en el ámbito profesional del sector. Anima e invita la asistencia y participación de las socias agricultoras, en los órganos de decisión de las cooperativas de base, establece medidas de igualdad y no discriminación por razón de sexo en los procesos de selección de personal y fomenta la formación multidisciplinar, tanto para hombres como mujeres, en todas las fases del proceso productivo.

El propósito del Grupo Manzanilla Olive es el de alcanzar la paridad entre hombres y mujeres contratados en la plantilla de personal, siendo en la actualidad de 39 hombres y 30 mujeres.

ÚLTIMA OPORTUNIDAD

Compra un 6 cilindros de 125 cv a un precio único

T6.165

- 6728 cc de cilindrada.
- 125 cv de potencia nominal.
- 137 cv de potencia de trabajo.
- 165 cv con gestión de potencia.

EL ÚLTIMO
EN SU ESPECIE

5 AÑOS AL 0%*

*TAE 0,496%



* Oferta válida hasta el 16 de diciembre de 2016 o fin de existencias.

5 años al 0,00%, *TAE 0,496%

Campaña Tractores New Holland para CM93

* Ejemplo calculado para una operación de préstamo de 10.000 € de 60 meses de duración. Comisión de apertura y gastos de estudio: 0,50%. Gastos de inscripción en el Registro: 95€. Cuotas post pagables. Importe máximo a financiar 31.500€. Consultar condiciones para mayor importe. Intereses subvencionados por NEW HOLLAND, S.A. realizada a través de CNH Industrial Capital Europe Sucursal en España. Campaña aplicable en las Delegaciones de CM93. A la cuota se le añadirá, en su caso, el seguro de protección de pagos CARDIF. CIF A0012421D. Tfno.: 91 5903001. Operaciones sujetas a estudio y aprobación. No incluye transporte ni matriculación.

CM93

NEW HOLLAND
AGRICULTURE



Nuestras Cooperativas: San José S. Coop. And.

■ JOSÉ MARTÍN ROMERO. Gerente Cooperativa Agrícola San José SCA, La Puebla de Cazalla.



Plantilla de personal de la Cooperativa San José

“Los comienzos de un movimiento asociativo”

La cooperativa San José está ubicada en el municipio sevillano de La Puebla de Cazalla y remonta sus orígenes al año 1959. Una época en la cual nuestro país aún seguía sumido en una fuerte crisis, y una época donde los agricultores estaban en manos de industriales y no se veía rendimiento económico en su trabajo. En este marco, y luchando por sobrevivir y poder hacer rentable la venta de sus productos, un grupo de agricultores se unió para formar lo que entonces se denominó “Grupo Sindical de Colonización 1810”. Este grupo marcaría los comienzos de la cooperativa, dedicándose únicamente a la molturación de las aceitunas para la obtención de Aceite de Oliva.

Más adelante se cambió el nombre por el de “Sociedad Agraria de Transformación San José 3460” en honor a San José, patrón de la localidad sevillana de La Puebla de Cazalla.

“Culminan en un gran proyecto cooperativo”

No es hasta el año 1997 cuando la sociedad pasa a llamarse “Cooperativa Agrícola San José, S.C.A.” nombre que llega hasta nuestros días.

Durante el paso del tiempo la sección de almazara se ha ido modernizando y creciendo y actualmente tiene una capacidad de molturación diaria de 600.000 kilos de aceitunas y una capacidad de almacenamiento de 5.000.000 kilos de aceite, la gran mayoría en depósitos de acero inoxidable contando con varios depósitos inertizados para mejorar la conservación del aceite.

Posteriormente se crearon nuevas secciones, como la de cereal. En sus silos se puede almacenar hasta 10.000.000 de kilos de las distintas variedades de cereal y girasol; igualmente se creó la sección de algodón con un volumen aproximado de 1.500.000 kilos al principio, y que después,

debido a las nuevas normativas de las ayudas en la PAC se ha visto disminuido. Una sección importante que se fundó fue la de aceituna de mesa con una capacidad de 9.400.000 kilos de almacenamiento en fermentadores, y que actualmente es de las más importantes de la Cooperativa, tanto en facturación como en creación de empleo.

En 2010, esta Cooperativa entró a formar parte de un nuevo proyecto en la sección de verdeo, la Cooperativa de Segundo Grado Manzanilla Olive S. Coop. And. , que junto con otras ocho cooperativas agrícolas sevillanas iniciaron un camino juntas, para avanzar en la cadena de valor de este sector, apostando muy fuerte por el envasado sobre todo tras la compra en el año 2013 de la fábrica situada en la localidad de Utrera, para ir buscando un mayor beneficio en los productos y no quedarse sólo en la comercialización de graneles. Este es un proyecto en el que la Cooperativa San José desde su Consejo Rector, Sociedad y trabajadores está muy involucrada porque tienen claro que deben intentar obtener el mayor valor añadido en las aceitunas en beneficio de sus socios. Desde hace unos meses toda la aceituna envasada que comercializa la cooperativa San José, lleva la marca Manzanilla Olive dejando de comercializar su propia marca, con una gama de productos muy extensa tanto en variedades como en formatos de cristal, y dirigidos a la venta desde las tiendas de la cooperativa como al canal Horeca.

En el año 2016, La Cooperativa San José ha entrado también a formar parte de la sección de cereal de Manzanilla Olive junto con otras cooperativas, con el objeto de beneficiarse de las propias sinergias y colaboraciones que existen entre las cooperativas de base.

Hoy en día la cooperativa San José puede presumir de ser una de las principales cooperativas de la provincia de Sevilla, agrupando a más de 1200 socios, y cubriendo un amplio abanico de productos que van desde la producción de aceite de oliva y aceituna de mesa hasta el cereal, girasol, algodón, etc...

“Prestación de servicios técnica y profesional para los socios”

Por último y siguiendo una política de continuo crecimiento, cabe destacar que la atención a los socios no sólo se queda en la recepción y venta de sus productos sino que también disponen de varios servicios de asesoramiento en los que se incluyen Departamento Técnico Agrícola, Departamento de asesoramiento Fiscal y laboral, Servicio integral de tramitación y gestión de ayudas y subvenciones de la PAC, Sección de Crédito, Sección de ventas de gasóleos, tienda y repuestos, Servicios de seguros agrarios y generales, impartición de cursos de formación a trabajadores y socios, etc...

La plantilla de trabajadores oscila en función de las campañas, teniendo una media de 60 personas trabajando en nuestra Cooperativa.



Etiquetas MACHO

www.etiquetasmacho.com



*impresiones
que dejan huella*

Etiquetas MACHO



Grupo Etiquetas Macho



arjolabel
ETIQUETAS

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

FICHA DE LA COOPERATIVA AGRICOLA SAN JOSE SCA

| | | |
|-----------------|---|--|
| Consejo Rector: | | Fundación: 1959 |
| Presidente: | D. Diego Jesús Gallego Muñoz | Socios: 1.200 |
| Vicepresidente: | D. Juan Madrigal Gómez | Producción media: Aceituna: 6.000.000 Cereales: 6.500.000 Aceite de Oliva: 5.000.000 |
| Secretario: | D. Juan Luis Valle Castro | Facturación media: 28.500.000 € |
| Vocales: | D. José Manuel Limones Gómez D. Luis Bermudo Torres D. Antonio Pavón Moreno D. Ignacio Moreno Macías | Actividad. Verdeo, Almazara, Cereal y Servicios. |
| Gerente | D. José Martín Romero | Asociaciones a las que pertenece: MANZANILLA OLIVE S.C.A. Extramuros s/n T: +34 95 484 72 33 - +34 95 484 70 89 email: aceiteextra@pueblaoliva.com Web. www.pueblaoliva.com |

Promoción Turística de Sevilla de la mano de la Aceituna de mesa.

- JOSÉ ANTONIO CRUZ MEJÍAS. Responsable Técnico de la Asociación para la Promoción de la Aceituna Sevillana en su variedad Manzanilla y Gordal.

La Diputación de Sevilla ha puesto en marcha un plan de promoción turística materializado en la primera edición de: “Semana de la Aceituna de mesa de la provincia de Sevilla”.

Durante los días del 24 y 30 del pasado mes de octubre, se inició un Plan de Promoción Turística desde la Diputación Provincial de Sevilla y en el que la Asociación para la Promoción de la Aceituna Sevillana en su variedad Manzanilla y Gordal colaboró estrechamente tanto en su preparación como en su desarrollo cuyo objetivo ha sido el de difundir, entre los visitantes, tanto efectivos como potenciales, el conocimiento de este producto como valor emblemático de la gastronomía de nuestra provincia sevillana.



Representantes de la diputación de Sevilla y de empresas del sector de la aceituna de mesa

Francisco Villalobos, discurso de inauguración.

“Hablamos de uno de los principales sectores generadores de empleo en el campo, pero también en la industria de transformación y en la industria auxiliar, hasta el punto de que tradicionalmente es uno de los motores de la economía sevillana”; indicó el presidente de la Diputación en su discurso de inauguración, quien ha recordado que Sevilla es la primera provincia productora, transformadora y exportadora de aceituna de mesa de toda España, teniendo en cuenta que en torno al 70% de la producción nacional procede de los olivos sevillanos y que el 63% de toda la aceituna de mesa que se produce en España se destina a la exportación.

“Con un producto de tanta relevancia para nuestra economía y de tan honda vinculación a nuestra tierra –el olivo y sus derivados–, la Diputación de Sevilla no puede por menos que abanderar su promoción en el sentido más amplio”.

Manuel Guillén, Presidente de APAS.

El Presidente de la Asociación, Manuel Guillén Jiménez, pudo transmitir a los medios de comunicación presentes, su satisfacción por todas aquellas actuaciones que la administración pública ponga en marcha en aras de apoyar e impulsar la puesta en valor y diferenciación de la Aceituna de mesa sevillana;



Manuel Guillén Jiménez, Presidente de APAS.

“Se hace preciso destacar y agradecer a las instituciones organizadoras del evento, la importancia de este tipo de acciones promocionales que ayudan e impulsan la puesta en valor y diferenciación de la Aceituna de mesa sevillana, producto estratégico en nuestro territorio por su relación con la economía y cultura de nuestros municipios sevillanos. Ello nos lleva a apostar por la Calidad y el Origen, mediante la figura de la Indicación Geográfica Protegida de las variedades por excelencia de la aceituna de mesa sevillana, como son la Manzanilla y la Gordal”.



Las actuaciones del Plan de Promoción Turística de la Aceituna de Mesa de la Provincia de Sevilla, destinadas tanto al público generalista como a profesionales y prescriptores turísticos, buscan afianzar este producto como elemento de atracción hacia la provincia entre el público interesado en la gastronomía, los productos de calidad y las experiencias turísticas singulares que nuestra provincia sevillana ofrece.

A destacar entre las actuaciones desarrolladas:

- Presentación de la Guía turística “El Aceite y la Aceituna de Mesa de la Provincia de Sevilla”.
- Las Jornadas Gastronómicas de la aceituna de mesa en las que se realizaron degustaciones en un gran número de restaurantes sevillanos.
- Showcooking: un encuentro con los medios de comunicación y blogueros especializados en gastronomía.
- Jornadas Técnicas para tratar en profundidad la importancia de la Denominación de Calidad como estrategia para la protección, la promoción y la comercialización de la aceituna de mesa sevillana.
- Reparto gratuito de aceitunas de mesa en diferentes puntos de la capital, de gran flujo turístico.

Nuevo avance en la IGP; el proyecto ya está en Europa.-

Con fecha 20 de septiembre de 2016, el Gobierno central dio el visto bueno y remitió a la Unión Europea el expediente para la concesión de la Indicación Geográfica Protegida de las variedades de aceitunas sevillanas, Gordal y Manzanilla, tras ser remitido en mayo a Madrid después de la revisión por parte de la Junta de Andalucía.

Con este trámite, la realidad de la IGP Aceitunas Gordal y Manzanilla está más cerca.

Estamos ante una concesión solicitada por el sector de la aceituna de mesa de estas variedades de la provincia de Sevilla y avalada por la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, que ya en su momento autorizó la inscripción de ambas variedades con los nombres de “Aceituna Manzanilla de Sevilla / Aceituna Manzanilla Sevillana” con el firme convencimiento de que este proyecto ayudará a un sector que lleva años sumido en una profunda crisis por el alto coste de producción de estas dos variedades de aceitunas debido a su recolección manual frente a otras variedades mecanizadas y, por tanto, con unos costes de recolección mucho más bajos.

EL MANZANILLO

Para APAS, la Manzanilla y la Gordal de Sevilla necesitan de una protección especial en el ámbito de la Unión Europea que las diferencie de otras variedades de aceitunas. Estas variedades son las que han dado la fama a la aceituna de mesa española y son las más conocidas y las que más prestigio internacional tienen. Cualquier presentación de estas aceitunas etiquetada como IGP Aceituna Manzanilla de Sevilla o IGP Aceituna Gordal de Sevilla nos ofrecerá la garantía de que son de procedencia de Sevilla y han sido producidas bajo unas condiciones específicas de calidad.

Cabe destacar la fuerte vinculación etnográfica del olivar manzanillo y gordal con los pueblos de la provincia de Sevilla y su recolección manual por “ordeño”, también hay que considerar la gran repercusión social y económica que el sector de la aceituna de mesa tiene para las economías locales y el mundo rural, ya que emplea una gran cantidad de mano de obra tanto en el campo como en la industria. La conjunción de estos dos factores (rural e industrial) y el hecho de que se realice todo el proceso (producción, transformación, envasado y comercialización) en las mismas comarcas donde se produce, hacen que el tratamiento de este producto sea realizado con mayor conocimiento y cuidado y, además, permite la fijación de la población al territorio como principio básico del desarrollo rural.

En este sentido, APAS apuesta por seguir trabajando en la solicitud a la UNESCO para la integración del “verdeo” dentro del Atlas del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

Para esta Asociación, sería un gran orgullo poder alcanzar este reconocimiento porque sería reconocer la labor que miles de agricultores hacen día a día con sus manos y poniendo todo el corazón y alma en el cuidado de sus olivos y de su fruto, las aceitunas Manzanilla y Gordal, la aceitunas de Sevilla, porque Sevilla es y debe seguir siendo de donde vienen las aceitunas.



ECOLAB



Polígono Hacienda Dolores, Calle 7, Naves 25-33 - Apdo. Correos 238 41500 Alcalá de Guadaíra (Sevilla)

Tfnos.: 902 996 883 - 955 634 208 • Fax 902 158 766 - 955 634 209 • Móvil: 620 955 718

pedidos@ceamardistribuciones.com • marketing@ceamardistribuciones.com

Distribuidor de productos de limpieza, higiene, lavandería y maquinaria industrial.



“París bien vale una misa”: SIAL Paris 2016

■ ÁNGEL I. ABELLÁN HERNÁNDEZ. Director Comercial Exportación.

París bien vale una misa (Paris vaut bien une messe) es un tópico cultural originado en una frase, probablemente apócrifa, atribuida a Enrique de Borbón o de Navarra, el pretendiente protestante al reino de Francia, que eligió convertirse al catolicismo para poder reinar. Desde entonces viene utilizándose con el sentido de la conveniencia de establecer prioridades.

Trasladada al ámbito de Manzanilla Olive, tratamos de decir con esta frase es que la participación en la feria de SIAL París es una cita de obligado cumplimiento en el mundo agroalimentario que bien vale los esfuerzos realizados para participar en ella.

La feria SIAL en París es una feria bianual que se celebra en los años pares y en la que se congrega gran parte de la industria agroalimentaria mundial. La feria se celebra en el recinto Paris Nord en Villepinte, a unos 40km de París y unas 7.000 empresas expositoras se organizan a lo largo de 8 pabellones. La feria es visitada en cada edición por unos 150.000 visitantes profesionales del sector de la alimentación y bebidas de todo el mundo.



Stand de Manzanilla Olive en la edición de Sial París 2016

*“Una buena oportunidad,
una gran apuesta
y nuevos descubrimientos”*

SIAL París es un escaparate mundial del sector agroalimentario que reúne a todos los profesionales productores y compradores alrededor de las grandes apuestas mundiales y revela las tendencias y las innovaciones que darán forma a la industria agroalimentaria del mañana. Es decir, se trata de un grandísimo escaparate mundial.

Cifras clave de 2014

155.766 visitantes profesionales

71% de internacional

194 nacionalidades representadas

6.500 expositores

85% de los internacionales

104 países representados

Los pabellones están separados por productos y así, las bebidas están en un pabellón, los productos cárnicos en otro pabellón, productos lácteos en otro y así sucesivamente. Manzanilla Olive estuvo en el pabellón 2, de alimentación general y pabellones nacionales.

Perfil de los visitantes

Distribución/Comercio: 51%

Industria agroalimentaria : 23%

Restauración : 16%

Servicios e Instituciones: 10%



Representantes de las Cooperativas de base y de Manzanilla Olive en Sial Paris 2016

Para mayor información, se puede visitar la página web de la feria www.sialparis.com disponible en francés e inglés.

Fueron varios los clientes y potenciales clientes que visitaron el stand de Manzanilla Olive, interesándose tanto por las aceitunas de mesa como por el aceite de oliva y su producto ecológico.

Además del personal de Manzanilla Olive que estuvo presente en la feria para atender a los clientes, hubo una representación de nuestras cooperativas y nuestros pueblos para conocer de primera mano la magnitud de esta feria.

Como conclusión, podemos decir que la feria de SIAL es una cita de obligado cumplimiento para cualquier empresa moderna del sector agroalimentario, por ello desde el Grupo animamos a seguir trabajando para volver a estar presentes en su próxima edición.



El corazón de la Economía Global

■ MANUEL RODRÍGUEZ GÓMEZ. Departamento de Administración.

Existen pinturas egipcias que datan del año 1200 antes de Cristo (a.C) en la que se representan agricultores segando el cereal. Pero los arqueólogos confirman que los inicios de la agricultura tal y como la entendemos hoy (preparación del terreno, siembra y recolección) datan de mucho antes, de entre el 8000 y 5000 a.C.

“Ya ha llovido desde entonces.”

Con esta antigüedad es lógico llamar primario al sector agrícola, dado que no es otra cosa que el primero, y que tras éste se desarrollaron todos los demás.

Esto es importante tenerlo siempre presente, ya que indica el papel importante que ocupa la agricultura. Si se hace una similitud de todos los sectores como si fueran parte de un ser vivo, el primario sería ese órgano vital que bombea sangre al resto del organismo que es nuestra la totalidad de nuestra economía.

La agricultura, por su antigüedad como actividad económica, ha sido el suministro de la economía hasta como la conocemos hoy, desde el autoconsumo de las sociedades más antiguas hasta la comercialización y abastecimiento del presente.

Pero con el tiempo se han creado falsos mitos que han hecho que este sector pasara a un segundo plano, a la sombra de otros sectores. Esto ha provocado que en muchas ocasiones quedara un paso atrás de la vanguardia en la innovación, haciendo que muchos no lo vieran como un medio de vida o salida profesional.

“El relevo generacional en agricultura: una cuestión de suma importancia en Europa.”

Esta falta de valor añadido en el sector ha derivado en una escasa incorporación de jóvenes profesionales, con el consiguiente envejecimiento de la población que se dedica al mundo agrario.

El relevo generacional en el campo es una cuestión urgente en Europa. Según datos de la Comisión Europea, en España sólo 5 de cada 100 agricultores tiene menos de 35 años, y 55 agricultores de cada 100 tiene más de 50 años.

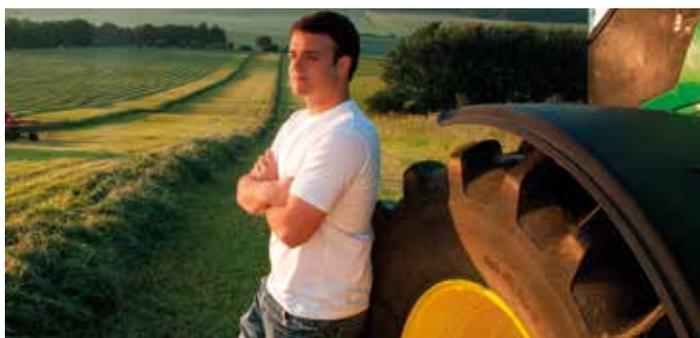
Con estos datos muy presentes, las principales organizaciones agrarias vienen reclamando desde hace tiempo políticas que ayuden a la incorporación de los más jóvenes al mundo agrario.

Cabe preguntarse entonces qué se podría haber hecho, y cómo hemos llegado a manejar estas cifras que podrían desequilibrar y dificultar la continuidad de las explotaciones.

Parece que desde Bruselas, con la nueva Política Agraria Común, ya se empieza a canalizar ayudas para facilitar el acceso a la actividad agraria a jóvenes profesionales.

“Jóvenes y agricultores, pero bien formados.”

Durante muchos años ha existido de forma generalizada la creencia de que en el campo se quedan sólo los que no quieren continuar estudiando. Cada vez hay más jóvenes con mayor formación que dedican su actividad profesional a la agricultura, bien con su propia explotación agraria o bien a través de la prestación de servicios al agricultor.



Jóvenes que dejan atrás esos prejuicios y que de forma comprometida incorporan sus conocimientos para dar servicio a las explotaciones agrarias directamente o a través de las cooperativas de nuestros pueblos.

Ponen sus conocimientos y profesión al servicio de la agroindustria, conciliando la tradición con la innovación. Ingenieros, fontaneros, abogados, electricistas, químicos, biólogos, mecánicos, publicistas, informáticos, transportistas... y podríamos seguir con una lista interminable de profesionales de nuestros pueblos que de una forma u otra también viven del campo, devolviendo así lo que el campo les dio en forma de esfuerzo de esos padres que con toda probabilidad no tuvieron la misma oportunidad que ellos, pero que sí supieron ver en aquel momento que poniendo su grano de arena podrían conseguir lo que son hoy.

Jóvenes que incorporan sus conocimientos a la explotación, que piensan qué acciones son rentables o no, desde la perspectiva empresarial, con la única intención de hacer viable el cultivo. Y que empiezan a debatir con su entorno la forma de hacer las cosas, que incluso buscan por internet técnicas innovadoras para después explicarlas en casa, y que posteriormente con mayor o menor éxito intentan ponerlas en práctica. Padres y madres que empiezan a ver cómo sus hijos se interesan por esos olivos o aquellas tierras para la siembra.

Se empieza a entender la profesión de agricultor con otra perspectiva, donde la tecnología toma el protagonismo, y gracias a esto, el agricultor como cualquier otro profesional pueda gozar de un fin de semana libre o de un período vacacional en algún momento del año.

Esta incorporación es una carrera de fondo, y se entiende que deberá ser progresiva y que no debe obedecer a modas o coyunturas derivadas de la crisis económica que se viene arrastrando en los últimos años.

Al mismo tiempo que bastantes jóvenes han optado por la agricultura como su medio de vida, es necesario animar a esos jóvenes para que se integren también en la estructura societaria de las cooperativas, ya sea como socios agricultores, ya sea formando parte de los Consejos Rectores, que necesitan de un cambio generacional que aporte frescura y nuevas ideas a estas estructuras de gobierno cooperativas que son, sin duda alguna, quienes mueven los intereses de miles de agricultores.

“Agricultura, El corazón de la economía global.”

Son las nuevas generaciones las que toman el relevo de tan importante proyecto, el de permanecer en el núcleo, en lo primario. Aportando sangre nueva al sistema circulatorio y manteniendo vivo el corazón de la economía global, que es la agricultura.



Recetario: Solomillo de cerdo con semillas de amapolas y aceitunas.

■ INTERACEITUNA



Ingredientes para 4 personas

- 1 ó 2 solomillos de cerdo
- semillas de amapola
- 3 cucharadas soperas de aceite de oliva virgen
- pimienta
- berros

Para la vinagreta:

- 1 tomate grande
- 1/2 taza de aceitunas negras o verdes
- 1 pimienta amarilla
- 6 cucharadas de aceite de oliva virgen
- 1 cucharada de vinagre de Jerez
- guindilla (opcional)
- punta de un cuchillo de ajo raspado

Elaboración

Pelar y partir en cuadrados
Picar las aceitunas, el pimienta y la guindilla, todo menudo.
Mezclar bien todos los ingredientes de la vinagreta y reservar.
Cortar el solomillo en filetes finos, salar y rebozar en las semillas de amapola y freír en un poco de aceite, vuelta y vuelta.
Presentar el solomillo con la vinagreta y una ensalada de berros.

manzanillaOlive

El sabor de Sevilla

“Todas disponibles en las Tiendas de nuestras cooperativas de base”.

Ya pueden disfrutar de nuestras

Aceitunas Manzanilla rellenas de anchoa

Aceitunas Manzanilla rellenas de pimiento

Aceitunas Manzanilla enteras

Aceitunas Manzanilla deshuesadas

Aceitunas Gordal deshuesadas

Aceitunas Negras deshuesadas

Aceituna Manzanilla enteras Ecológicas.



www.manzanillaolive.es

LAS AVENTURAS de Gordalete y Manzanilla

GORDALETE, ¿RECUERDAS CÓMO SE LLAMA LA FORMA EN LA QUE SE ELABORAN LAS ACEITUNAS SEVILLANAS?

CLARO, YA ME LO DIJISTE. SE LLAMA ESTILO SEVILLANO

¿QUÉ BUENA MEMORIA TIENES GORDALETE. ¿Y SABES POR QUÉ SE LLAMA ASÍ?

UUUUUUUU... NO

PUES PORQUE ESTE MODO DE ELABORAR LAS ACEITUNAS VERDES TIENE SU ORIGEN EN LA PROVINCIA DE SEVILLA. ESTE MODO DE ELABORAR LAS ACEITUNAS LO QUE HACE ES ELIMINAR EL SABOR AMARGO QUE TIENEN LAS ACEITUNAS CUANDO SE RECOGEN DEL ÁRBOL

¡ANDA QUE BIEN! ASÍ LAS PODEMOS COMER Y DISFRUTAR

Y TE DIGO MÁS, LA PROVINCIA DE SEVILLA ES LA MAYOR PRODUCTORA DE ACEITUNAS DE MESA DE ESPAÑA.....



..Y FUERON LAS ACEITUNAS SEVILLANAS LAS PRIMERAS VARIETADES QUE SE LLEVARON A AMÉRICA CUANDO FUE CONQUISTADA POR CRISTÓBAL COLÓN

¿Y HACE MUCHO DE ESO?

MUCHO, MUCHOOOO... SE CONOCE UNA ESCRITURA DEL 9 DE DICIEMBRE DE 1510 DONDE SE REFLEJA LA PRIMERA EXPORTACIÓN DE ACEITUNAS A LAS INDIAS

FUE DIEGO RODRÍGUEZ PEPINO, VECINO DE TRIANA Y MAESTRE DE LA NAO "SANTIAGO", QUE ENCARGÓ A DIEGO MARTÍNEZ QUE CARGARA EN LA NAO UN CUARTO DE ACEITUNAS CON DESTINO AL PUERTO DE SANTO DOMINGO

¿Y DESDE ENTONCES SE LLEVAN ACEITUNAS SEVILLANAS A AMÉRICA?

CLAROOO... EN CONCRETO, ESTADOS UNIDOS ES EL PRINCIPAL MERCADO DE NUESTRAS MARAVILLOSAS ACEITUNAS. ALLÍ SON MUY APRECIADAS TANTO LA MANZANILLA COMO LA GORDAL. PERO TAMBIÉN SE VENDEN EN MUCHOS PAÍSES DE TODO EL MUNDO

¿A QUE NO SABES CÓMO SE LE LLAMAN EN ESTADOS UNIDOS A LAS ACEITUNAS SEVILLANAS?

NO TENGO NI IDEA....

PUES A LA ACEITUNA MANZANILLA SE LE LLAMA IGUAL "MANZANILLA", Y A LA ACEITUNA GORDAL SE LE LLAMA "QUEEN OLIVE", PORQUE ES LA REINA DE LAS ACEITUNAS

GRACIAS MANZANILLA POR TODO LO QUE ME HAS ENSEÑADO HOY

N. Colina