

transferencia y acción
CITOLIVA
www.citoliva.es



transferencia y acción
**CORTIJO
URBANO**
U R B A N F A R M

www.cortijourbano.es

www.urbanfarm.com

**UN NOVEDOSO Y EXCLUSIVO ACONTECIMIENTO
CON LA DIETA MEDITERRÁNEA COMO ARGUMENTO
Y EL ACEITE DE OLIVA COMO PROTAGONISTA.**

JAÉN, 24 y 25 NOVIEMBRE 2010

DOSSIER DE PRENSA





No existen experiencias inauténticas

INDICE

EL DESEO POR LO AUTÉNTICO. ¿Qué es Cortijo Urbano? _____	3
NO EXISTEN EXPERIENCIAS INAUTÉNTICAS. ¿El Por qué de Cortijo Urbano? _____	4
ESPACIOS TEMÁTICOS _____	5
COORDENADAS _____	8
PROGRAMA _____	9
ACTIVIDADES _____	10
PONENTES _____	13
CONTACTO PRENSA _____	14

2





No existen experiencias inauténticas



DESEO POR LO AUTÉNTICO

¿Qué es Cortijo Urbano?

Un novedoso y exclusivo acontecimiento con la dieta mediterránea como argumento y el aceite de oliva como protagonista

Un punto de encuentro intersectorial de trascendencia en el que se unen cultura, gastronomía, salud y sociedad, donde las empresas encuentran en torno a la dieta mediterránea el marco idóneo para establecer interrelaciones entre ellas y con el consumidor. Un momento imprescindible para relanzar conceptos tradicionales asociados a hábitos alimentarios singulares, contextualizados en un eje espacio-tiempo actual: *“Cortijo urbano 2010”*.

3

El objetivo es poner en valor el auténtico estilo de vida mediterráneo, reflexionar sobre su mítica trilogía, profundizar sobre la supervivencia de esta dieta equilibrada y saludable y sobre su potencial socio-económico y cultural.

Cortijo Urbano supondrá una excepcional oportunidad para descubrir y disfrutar de la naturaleza multidisciplinar del impacto de los hábitos alimentarios sobre la salud, y la influencia de la historia y la cultura sobre la alimentación en el Mediterráneo, así como la adaptación a los nuevos tiempos, mercados y consumidores de la mano de los más afamados especialistas y profesionales, con los que, durante 2 días, se convivirá y compartirán experiencias a través de foros de expertos, charlas magistrales y talleres interactivos, entre otros.

CORTIJO URBANO: UN EJERCICIO DECONSTRUCCIÓN DEL CORTIJO TRADICIONAL

“CORTIJO urbano analiza el concepto de cortijo tradicional para rescatar la esencia de este modelo tradicional de explotación y contextualizarlo, adaptándolo a los nuevos tiempos y necesidades de la sociedad actual.”



No existen experiencias inauténticas



NO EXISTEN EXPERIENCIAS INAUTÉNTICAS

¿El Por qué de Cortijo Urbano?

El Mediterráneo ha trascendido el ámbito geográfico y ha elevado el término a la categoría de idea, concepto, personalidad histórica y lugar cargado de representaciones.

El término “Mediterráneo” se utiliza habitualmente tanto para referirse al mar propiamente dicho como a los territorios que lo circundan. El Mediterráneo es tanto la tierra como el mar. Lugar históricamente denso y complejo, ha sido en cambio un crisol de culturas, productos y técnicas. Abierto para recibir e integrar, tanto como para reexportar y difundir.

Se trata de un cúmulo cultural extraordinario que **abraz a todos los pueblos de la cuenca mediterránea y que está constituido de paisajes, cultivos, y técnicas de cultivo, de mercados, de elaboraciones, de espacios y gestos culinarios, de sabores y perfumes, de colores, de tertulias y celebraciones, de leyendas y devociones, de alegrías y tristezas, de innovación tanto como de tradiciones.**

En pleno cruce de tres continentes, con cargas históricas enormes y oleadas culturales extraordinarias, la cuenca mediterránea ha sido una encrucijada de caminos y culturas, ideas, conocimientos y personas, que a lo largo de más de ocho mil años ha ido catalizando buena parte del progreso cultural que ha conformado la civilización occidental, tal como la entendemos desde nuestra visión contemporánea.

El Mediterráneo ha sido, y continua siendo, patrimonio cultural, evolutivo, dinámico y vital.

“Los accidentes geográficos, el clima y los acontecimientos históricos han propiciado que en la cuenca mediterránea se produjeran una selección de alimentos y una manera de cocinar singular y saludable. Probablemente, la dieta sea el legado más presente, sólido y permanente”.

El término “dieta” proviene de la **antigua palabra griega *diaita***, que significa estilo de vida equilibrado, y esto es exactamente lo que es la Dieta Mediterránea. Desde la antigüedad, el alimento y lo sagrado han ido de la mano, como la mesa y la literatura, o la actividad física. No es una simple casualidad que una máxima como *mens sana, in corpore sano*, haya surgido en nuestro Mediterráneo. Además los alimentos no son meramente nutrientes. Convocan. Las palabras de Plutarco en su obra *Vidas Paralelas* ilustran con una sencilla perfección esta realidad: **“Los hombres se invitan no para comer y beber, sino para comer y beber juntos”.**

La mítica trilogía mediterránea – **trigo, vid y olivo** – se mantiene vigente todavía en un paisaje clásicamente de secano, que se adapta a estos cultivos y que estos cultivos, a su vez, caracterizan, instalándose y distribuyéndose inteligentemente en la accidentada orografía mediterránea, combinados con huertas, frutales y retales de bosque secundario. Juntos, conforman el típico mosaico agroforestal y pecuario mediterráneo, en el que destaca, como seña de identidad mediterránea, el cultivo en terrazas con muros de piedra seca, habilidad, inteligencia y esfuerzo



No existen experiencias inauténticas

combinados, para transformar en terrenos agrícolas horizontales, pendientes a menudo impracticables. El ingenio para gestionar el agua e irrigar este paisaje es otro de sus capitales.

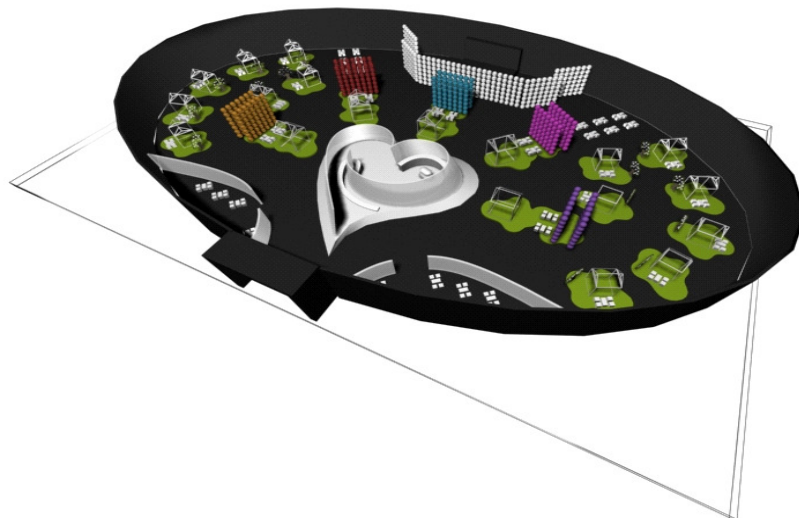
A lo largo de milenios los pueblos mediterráneos han sedimentado hábitos propios y reconocibles que trasladan a la mesa culturas y paisajes diferenciados y singulares. Íberos, Celtas, Griegos, Romanos, Bárbaros y Árabes, **todos han contribuido a establecer uno de los modelos alimentarios más saludables del mundo y que la ciencia moderna ha puesto de manifiesto en la segunda mitad del siglo XX el carácter excepcional del estilo de vida mediterráneo.**

ESPACIOS TEMÁTICOS

A través del ejercicio de deconstrucción del cortijo tradicional, proponemos un hábitat experiencial en el que los visitantes se sorprenderán con un espacio realmente auténtico y exclusivo, mix ideal entre lo tradicional y lo contemporáneo donde se desarrollarán multitud de actividades absolutamente excepcionales que se agrupan en los siguientes espacios temáticos:

- COCINA “CORAZÓN DE LA DIETA MEDITERRANEA”
- GRAN PATIO
- PATIOS SECUNDARIOS
- EXPLOTACIONES PRINCIPALES
- EXPLOTACIONES AUXILIARES

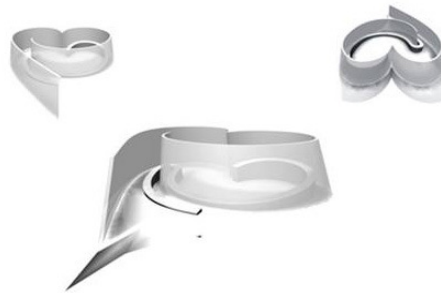
5



No existen experiencias inauténticas

COCINA “CORAZÓN DE LA DIETA MEDITERRANEA”

Dependencia vital de la explotación donde se desarrollan las actuaciones gastronómicas más relevantes.



GRAN PATIO (escenario)

La base del cortijo urbano es el patio, de distribución principal en torno al que giran las actividades más importantes.

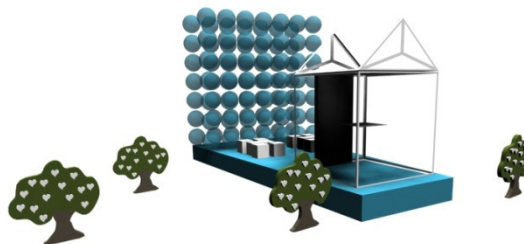
6

PATIOS SECUNDARIOS (salas auxiliares)

Espacios accesorios que complementaban al patio principal y agilizan la organización y tránsito de las estancias.

EXPLORACIONES PRINCIPALES

Área preferente de exposición que engloba varias parcelas contiguas a disposición de las empresas para su explotación directa.



No existen experiencias inauténticas

EXPLORACIONES AUXILIARES (“set aliados”)

Pequeños espacios expositivos adicionales en torno a las explotaciones principales, que complementan la oferta y aportan una renta adicional al hábitat experiencial.





No existen experiencias inauténticas



COORDENADAS

Fecha y Lugar:

24 y 25 de noviembre de 2010

Pabellón cubierto. IFEJA (Ferias Jaén, Recinto provincial de Ferias y Congresos de Jaén. Jaén)

Perfil del asistente:

- Profesionales del sector agroalimentario / Consumidor final
- Canal Horeca / Consumidor final
- Instituciones públicas y privadas / Consumidor final
- Asociaciones profesionales empresariales afines / Consumidor final
- Empresarios, directivos y ejecutivos de empresas multisectoriales / Consumidor final
- Especialistas multidisciplinares (sociólogos, antropólogos, estrategias empresariales, médicos, entre otros) / Consumidor final

8

Horario

09:30 a 20:00 horas (Jornada Completa)



No existen experiencias inauténticas

PROGRAMA

Podrás descargarlo en la sección "programa" de la web: www.cortijourbano.es.

ACTIVIDADES

En un hábitat "experimental" y con una peculiar puesta en escena, mágica y sorprendente, hemos preparado un novedoso y atractivo programa de actividades entre las que destacan:

6 CLAVES DE LA DIFERENCIACIÓN COMPETITIVA Y VENTAJA PERCIBIDA POR EL CONSUMIDOR

Seis empresas líderes en su sector, seleccionadas por los valores que representan, su diferenciación competitiva y ventaja percibida por el consumidor, así como su vínculo con el aceite de oliva, expondrán en una ponencia magistral las claves que le han otorgado un posicionamiento estratégico y sostenido. Las temáticas que se abordarán son las siguientes:

9

CONDUCTAS: INÉS ROSALES, S.A.U.

Ponente: D. Juan Moreno. Presidente de INÉS ROSALES, S.A.U.

VALORES: GIN MARE

Ponente: D. Alfonso Morodo. Director General de GIN MARE

CREENCIAS: GRUPO HERO

Ponente: D. Pedro Abellán. Director de Investigación y Desarrollo de GRUPO HERO

CAPACIDAD: ACESUR

Ponente: D. Álvaro Guillén. Consejero de ACESUR

ENTORNO: PULEVA

Ponente: Por confirmar

IDENTIDAD: GRUPO OLIVARERO HOJIBLANCA

Ponente: Antonio Luque. Director general del Grupo olivarero Hojiblanca



No existen experiencias inauténticas

TALLER DE ALIMENTOS RESPONSABLES

De manera divertida, con la ayuda de Cocineros Responsables Saludables -expertos en Metodología Didáctica- y a través de espectaculares experimentos, los más pequeños se convertirán, en primer lugar, en verdaderos agricultores, a continuación visitarán el supermercado para realizar la compra, posteriormente prepararán en el corazón de CORTIJO URBANO un plato típico de la dieta mediterránea, que finalmente podrán servir a sus padres y educadores en la alacena para su degustación. El objetivo es sensibilizar sobre los beneficios de esta dieta tan tradicional, y concienciar sobre la importancia de una alimentación responsable, proceso que va desde recolección en la huerta, pasando por la compra de alimentos, hasta la elaboración y suministro del producto saludable.

Las “claves” del taller son:

- 1- Reto (dar de comer a sus padres)
- 2- Observar/cuestionar/explorar (compra responsable)
- 3- Memorizar/Anotar (planificación coherente)
- 4- Analizar capacidades y destrezas (conocimiento personal)
- 5- Concentrar habilidades y reto (atención)
- 6- Fabricar y visualizar (focalización)
- 7- Suministrar y evaluar (responsabilidad)

10

CITOLIVA BUSINESS COLECTION

En CITOLIVA nuestra **vocación** siempre ha sido desarrollar *una nueva manera de proyectar y usar la investigación de mercados y del sector, para obtener información útil, en términos de tecnología e innovación, que nos ayude en el proceso de toma de decisiones, la creación de valor y la proyección sectorial.*

Nos **motiva** la *búsqueda de la excelencia*. Para nosotros, asumir nuevos retos implica un estímulo y una renovación que nos hace crecer. El **mensaje de CITOLIVA** es “**transferencia y acción**”. Creemos en la transferencia y de conocimientos, recursos y resultados y, en la necesidad de transferir experiencias y soluciones.

Creemos en la acción como actitud. Resultado de inspirar, motivar, potenciar y proyectar. Ambos principios junto con nuestra vocación nos permite desarrollar proyectos realmente valiosos para las empresas, la sociedad y nuestro entorno.

En esta ocasión, te presentamos CITOLIVA B.C. una **serie de 4 DVD's sobre management**, que desde CITOLIVA creemos pueden *aportar la ventaja de descubrir las tendencias actuales que marcan el ritmo del mercado.*

Para ello, hemos seleccionado **temas de actualidad en la gestión empresarial y el mercado actual**, como son: **Marketing, Creatividad e Innovación, Management y Gestión de la empresa familiar**, de la mano de los **expertos más reconocidos del mundo**.

CITOLIVA B.C. se establece como **una herramienta imprescindible para las empresas de nuestro sector**.



No existen experiencias inauténticas

PECHAKUCHA, 20 IMÁGENES X 20 SEGUNDOS

Pechakucha significa “el murmullo de las personas hablando”, es un **novedoso formato de presentación dinámico y ameno en el que mostrar y compartir ideas, a través de 20 imágenes en 20 segundos**. El público disfrutará de numerosas presentaciones multitemáticas: *Arte, Sociedad, Tecnología y Ciencia*, y experimentará una potente dosis de creatividad comprimida sin restricción de contenido.

Entidades vinculadas a la investigación y a la transferencia tecnológica de diversos sectores participarán en el Pechakucha de CORTIJO URBANO.

MESAS REDONDAS

MESA I: ACEITE DE OLIVA Y DIETA MEDITERRÁNEA EN LA NUTRICIÓN HOSPITALARIA

La nutrición hospitalaria, además de saludable, debe tener propiedades reparadoras para completar un tratamiento integral del paciente. Asimismo, las dietas del hospital pueden considerarse como una forma de educación alimentaria. En este sentido, la alimentación mediterránea, constituye un excelente modelo a seguir para cubrir todos estos aspectos.

En esta mesa redonda **se expondrán los beneficios de la nutrición hospitalaria basada en la Dieta Mediterránea, destacándose sus propiedades saludables así como las ventajas y los beneficios en la evolución favorable de los enfermos y la aceptación de la misma por parte del paciente.**

MESA II: SEGURIDAD ALIMENTARIA EN RESTAURACIÓN DE PRODUCTOS IV Y V GAMA PERTENECIENTES A LA DIETA MEDITERRÁNEA

La IV gama son alimentos limpios en porciones que se conservan por tecnología de vacío o atmósfera más tiempo de lo normal y no han sufrido tratamiento térmico. La V gama es, prácticamente, la IV gama cocinada con tratamiento térmico y, dependiendo de la tecnología de conservación, se puede conservar días o meses. El consumo de este tipo de productos empieza a despegar en el sector de la restauración que, además, ha apostado claramente por una mayor presencia de la alimentación mediterránea en sus platos.

Se trata de analizar el consumo de productos IV y V gama de la Dieta Mediterránea en la restauración, destacándose las ventajas que aportarían este tipo de alimentos preparados saludables, entre las que se encuentran el aumento de la seguridad alimentaria, al requerir una menor manipulación, un hecho de vital importancia para cualquier tipo de restaurante.



No existen experiencias inauténticas

PRESENTACIÓN "CITOLIVA EDICIÓN". PUBLICACIONES DE ALTO VALOR

Vivimos nuevos tiempos en el mundo contemporáneo. Nuevos tiempos que han configurado un nuevo espacio económico, un nuevo mercado más global y competitivo, marcado por la progresiva internacionalización de las actividades empresariales, el creciente protagonismo de los mercados financieros y el auge de las nuevas tecnologías de comunicación e información.

CITOLIVA es sensible a esta nueva realidad y por eso pone en marcha este proyecto editorial, **CITOLIVA EDICIÓN, publicaciones de alto valor**, con el que **pretende acrecentar su compromiso con el sector oleícola, con su evolución, innovación y proyección**. Se trata de **una serie de estudios e investigaciones multitemáticos** que podrían tener un impacto en el sector oleícola, de la mano de reconocidos expertos e investigadores.

El primer número *'El olivar en un tiempo de cambio'*, realizado por los profesores Luis Rallo y Concepción Muñoz, revisa el cultivo actual del olivo, enfatizando el contraste entre las prácticas empíricas tradicionales con las nuevas técnicas emergentes y adelanta las claves estratégicas del futuro más inmediato del sector del olivar.

CITOLIVA EDICIÓN se establece como **herramienta de divulgación imprescindible para el sector oleícola**.

12



No existen experiencias inauténticas

PONENTES

IGNACIO MARTINEZ MENDIZABAL

Uno de esos conferenciantes que vive tan intensamente lo que transmite que los asistentes a sus conferencias quedan impresionados.

Galardonado con el Príncipe de Asturias y miembro del equipo investigador de los yacimientos de Atapuerca, no es sólo un gran comunicador sino que su mensaje cala muy hondo, con temáticas tan humanas como La Economía del Cuerpo: alimentación y evolución, Inteligencia y sentido de pertenencia, La adaptación al entorno: recursos para la supervivencia, El factor humano: la inteligencia emocional, El lenguaje simbólico y el sentimiento de pertenencia, El órgano de la inteligencia, Tipos de inteligencia: inteligencia social, inteligencia tecnológica.



MARIO ALONSO PUIG

Sin duda, uno de los mejores comunicadores de España y uno de los conferenciantes más demandados por empresas e instituciones a nivel nacional e internacional. Por sus estudios y su constante actualización e investigación, **está considerado un experto de primer nivel en Liderazgo, Creatividad y Gestión del Estrés. Fellow en Cirugía por la Universidad de Harvard en Boston, es especialista en Cirugía General y del Aparato Digestivo**, especialidad que ha ejercido a lo largo de más de veinticinco años. **Es miembro de la New York Academy of Sciences y de la Asociación Americana para el Avance de la Ciencia.** Además, es autor de *Vivir es un asunto urgente*, *Madera de líder*. Claves para el desarrollo de las capacidades del liderazgo y acaba de publicar *Reinventarse: tu segunda oportunidad*.



PACO RONCERO

Premio al mejor cocinero del futuro 2005 por la Academia Internacional de Gastronomía y el premio de La Academia Nacional de Gastronomía al mejor diseño de carta de restaurante. En estos momentos está elaborando un estudio sobre el aceite de oliva y sus texturas. Colabora con publicaciones escritas de tirada nacional e internacional y ha viajado por todo el mundo, haciendo demostraciones y dando conferencias, colocando la gastronomía española en lo más alto del panorama internacional. Para Paco, no existe otro ingrediente tan importante y tan interesante como el Aceite de Oliva. Ha experimentado con el aceite de oliva buscando nuevas texturas, aplicaciones y usos. Ha creado pan, pasta, caramelos a base de aceite de oliva. Estos usos del aceite han sido gran parte de sus exposiciones en sus giras mundiales.





No existen experiencias inauténticas

CONTACTO PRENSA

Si trabajas o colaboras con algún medio de comunicación y deseas recibir información adicional sobre **CORTIJO URBANO**, concertar entrevistas o acreditarte como prensa para acudir al encuentro, ponte en contacto con:

Oficina de Prensa de Cortijo Urbano

prensa@cortijourbano.es



transferencia y acción
CITOLIVA
www.citoliva.es



transferencia y acción
**CORTIJO
URBANO**
U R B A N F A R M

www.cortijourbano.es
www.urbanfarm.com

JAÉN, 24 y 25 NOVIEMBRE 2010

DOSSIER DE PRENSA

