



Curso de cata de aceite en la fábrica Luz de Alba, en Argamasilla de Alba (Ciudad Real).

Investigación y amplias técnicas innovadoras

La modernización de las almazaras es manifiesta. El éxito radica en la combinación de una maquinaria (italiana principalmente) muy avanzada, el capital humano: oleólogos -la mayoría, ingenieros agrónomos- y maestros de almazara, con menos conocimientos científicos pero mayor "olfato".

Un claro ejemplo lo constituye Casas de Hualdo, una fábrica de aceite de El Carpio de Tajo (Toledo), que mantiene un acuerdo con la Universidad Politécnica de Madrid para estudiar la influencia que ejerce la radiación solar y la distancia entre los olivos en la producción oleícola.

"Los ingenieros tienen un pequeño molino en la universidad donde hacen las pruebas y luego comparten con nosotros los resultados que van obtenien-

El aceite de oliva español brilla en el mercado exterior

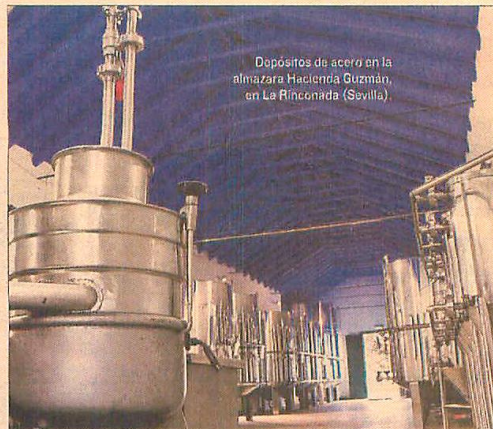
El uso de nuevos sabores eleva un 44% las exportaciones de virgen extra

MARIANO AHILJADO *Madrid*

Lamar oro líquido al aceite de oliva es como referirse a Madonna como la ambición rubia, está manido y es inexacto. El aceite de oliva virgen extra es cada vez más verde. Buena culpa de ello la tienen los oleólogos (expertos y catadores), que insisten en recoger verde el fruto para que manifieste sabores y aromas más complejos. "Nuestro trabajo es sacarle el máximo potencial", dice Ignacio Segura, fundador de Olive Oil Consultancy. "Somos una especie de controladores; coordinamos el proceso productivo", añade la oleóloga Anunciación Carpio.

La labor de estos catadores consiste en que el producto sea estable en el tiempo, "que no se disparen las notas de amargo o que el picor no sea excesivo", cuenta Segura. A los seis meses el aroma afrutado es menor que en el momento de la extracción. Incluso el color verdoso de las primeras cosechas de octubre se torna dorado al cabo del tiempo. Apoyados en estos expertos, nuevos empresarios aplican técnicas innovadoras para obtener un producto de altísima calidad que arrasa en los concursos internacionales.

Seis de los once ganadores de Olive Japan 2016 fueron españoles y en Les Olivales de este año, en Francia, obtuvieron seis de los trece oros. "El virgen extra se valora mucho más fuera, se considera un artículo de lujo", cuenta Aina Carod, de Priorat Oleum, un conglomerado de cinco empresas tarraconenses que exporta el 95% de su producción. En los últimos ocho años la venta al exterior de virgen y virgen extra ha aumentado un 44%, según el Icoex. "Se vende un aceite de muy buena calidad y se deja poso ahí fuera", afirma Carpio. Jalon Moncayo, almazara de Calatorao (Zaragoza), tiene a Bélgica como su cliente número uno en



Depósitos de acero en la almazara Hacienda Guzmán, en La Rinconada (Sevilla).

LAS CIFRAS

6 de los 11 ganadores de Olive Japan 2016 han sido empresas españolas, y en Les Olivales, en Francia, obtuvieron 6 de los 13 oros.

75% es el porcentaje que ha alcanzado el virgen y virgen extra dentro de las exportaciones de aceite.

el exterior. "El consumidor extranjero pasa de un aceite de semilla [girasol, sésamo, palma...] a un aceite de gran calidad; nota mucho la diferencia", cuenta Raquel Moreno, administrativa de la fábrica.

El consumo de virgen extra de las familias españolas ha caído un 30% desde 2008, según datos del Ministerio de Agricultura. Aunque muchos aceites estén amparados por la etiqueta de virgen extra (el de mayor calidad) no todos son iguales. "La gente viene y compara el precio del supermercado con el nuestro y hay que explicarles que no tienen nada que ver", añade.

Mientras el 70% del aceite de oliva consumido por las familias en Italia es virgen extra, en España apenas llega al 27%. "El aceite bueno sale de España", afirma Fernando Burgaz, director de Industria Alimentaria dependien-

te del Ministerio de Agricultura. Las exportaciones de virgen y virgen extra representan el 75% de las exportaciones totales de oliva.

Burgaz remite a la pérdida de poder adquisitivo de los hogares para explicar que cada vez consuman menos virgen extra: "Una diferencia de algo menos de un euro por litro entre el de mejor calidad y el refinado hace que el consumidor se decante por el más barato". La demanda es elástica: es muy sensible al precio.

Oleoturismo, segunda cosecha

En las regiones más aceiteras de España hay dos cosechas: la real y la metafórica. Esta segunda llega en forma de turistas que visitan las almazaras y los campos de olivos. Tomás Gómez es el propietario de Luz de Alba, una

fábrica de aceite en Argamasilla de Alba (Ciudad Real). "Mi familia siempre se ha dedicado a la agricultura y ahora quiere divulgar la cultura del aceite de oliva".

La almazara está orientado al turismo oleico. Cuenta con unos grandes ventanales para ver la zona de moliuración (donde se muele la aceituna), ofrecen catas de aceite y organizan jornadas gastronómicas. "Es un proyecto vital. Soy un apasionado de los olivos y del aceite", cuenta.

Y Junto a la almazara, Gómez ha levantado seis casas rurales de piedra para cuatro personas con materiales naturales procedentes de la zona. Se calientan con biomasa procedente del hueso de aceituna. Son alojamientos que cuentan con la austeridad del campo pero con el lujo de una habitación de hotel.



Expertos estudian cómo influye la radiación solar y la distancia entre olivos

do", afirma Enrique Vivas, el gerente de la almazara, que exporta a cerca de 30 países, entre los que destaca Taiwán.

Aunque no todo es sofisticación, la aceituna es un fruto y se pudre. "Es fundamental la limpieza para no generar olores que contaminen el proceso", cuenta Jestis Corcuera, maestro de almazara en Casas de Hualdo. Los depósitos donde se almacena el aceite se rellenan con nitrógeno para completar el espacio que queda al ir vaciándose.

Eso evita la oxidación del producto, que afecta a las propiedades organolépticas (sabor, olor y color). "El siguiente paso es incorporar un serpentina que controle la temperatura", añade Corcuera.