

infolivo

rioja



Gobierno
de La Rioja

Agricultura, Ganadería
y Desarrollo Rural

boletín informativo de la oficina del olivo de la rioja

OFICINA DEL OLIVO
Asolrioja. Asociación de Trujales y Olivicultores de La Rioja
Muro de la Mata, s/n. 5º C Dcha. 26001 Logroño
T. 941 23 68 68 - F. 941 23 39 24 - oficinaolivo@oleorioja.com - www.oleorioja.com

Se establece el cupo de producción en 5.000 kilos por hectárea para la campaña 2008-2009



Así lo han decidido los miembros del Consejo de Coordinación de la DOP 'Aceite de La Rioja' en su reunión del 8 de julio, al prever una cosecha copiosa para la próxima campaña. Además de establecer el cupo de producción en 5.000 kilos por hectárea, han fijado la fecha de inicio de molturación en el 24 de octubre de 2008 y la de finalización en el 18 de enero de 2009. Esta última se puede ampliar por motivos meteorológicos u otros, previa petición a ASOLRIOJA.

Para realizar los análisis organolépticos de los aceites, se ha elegido el Panel Oficial de Cata de Navarra. No obstante, se pondrán en marcha cursos formativos de catadores profesionales para disponer de personas especializadas en La Rioja. Por otra parte, al igual que años anteriores, el Laboratorio Arbitral del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino se encargará de realizar los análisis físico-químicos.



sumario

Entrevista a Elena Romero, técnico del Área de Tecnología del CTIC



Beneficios de la DOP 'Aceite de La Rioja'



Albelda inaugura el primer trujal del Valle del Iregua.



Manuel Catalán, nuevo presidente del Consejo de Coordinación de la DOP 'Aceite de La Rioja'



Manuel Catalán, presidente del Consejo de Coordinación de la DOP.

COMPOSICIÓN DEL CONSEJO DE COORDINACIÓN DE LA DOP 'Aceite de La Rioja'

Presidente: Manuel Catalán (Almazara Ecológica de La Rioja).

Vicepresidente: Juan Carlos Sancha (Bodegas Viña Ijalba).

Vocal sector productor: Miguel Ángel Martínez (Trujal 5 Valles).

Vocal sector productor: Rosario León (Ecolive Rioja).

Vocal sector elaborador-comercializador: María Ramírez (Kel Grupo Alimentario)

Vocal sector elaborador-comercializador: Antonio Martínez (Almazara El Alberque).

Suplentes: Luis Cárdenas (Trujal de Tudelilla), Rafael Asín (Viñas de Rioja) y Julio Fernández (Almazara Hejul).

Representantes de la Consejería de Agricultura: Pedro M. Sáez Rojo, Ana Barrio y Beatriz Santander (Secretaría).



Reunión para la constitución del Consejo de Calidad Agroalimentaria de La Rioja.

Con el fin de dinamizar el proceso de toma de decisiones sobre la denominación de origen del aceite riojano, se ha decidido renovar la composición del Consejo de Coordinación de la DOP 'Aceite de La Rioja'. El pasado 8 de julio, tomaron posesión los nuevos cargos. Estos son: Manuel Catalán de Almazara Ecológica de La Rioja, presidente; Juan Carlos Sancha de Bodegas Viña Ijalba, vicepresidente; Miguel Ángel Martínez de Trujal 5 Valles, vocal del sector productor; Rosario León de Ecolive Rioja, vocal de sector productor; María Ramírez de Kel Grupo Alimentario, vocal de sector elaborador-comercializador; y Antonio Martínez de Almazara El Alberque, vocal del sector elaborador-comercializador. Asimismo, como suplentes de los vocales, fueron elegidos Luis Cárdenas del trujal de Tudelilla, Rafael Asín de Viñas de Rioja y Julio Fernández de Almazara Hejul. En representación de la Consejería, siguen Pedro M. Sáez Rojo, Ana Barrio y Beatriz Santander. Los nuevos miembros ostentarán su cargo hasta que se constituya el Consejo Regulador de la DOP 'Aceite de La Rioja'. Según se informó desde la Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, tras la publicación en marzo de 2008 de la normativa que regirá el funcionamiento de los consejos reguladores, el siguiente paso es la aprobación de las modificaciones del reglamento de la denominación y de una normativa electoral. Entonces, se convocarán elecciones al consejo regulador para la formación del mismo.

Constitución de un Consejo de calidad

Durante la reunión, también se informó de que se ha constituido el Consejo Riojano de Calidad Agroalimentaria. Se trata de un órgano colegiado superior de consulta y asesoramiento en temas de promoción y políticas de calidad para la Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural. En el nuevo organismo, tienen representación las diferentes marcas de calidad agroalimentaria de La Rioja y asociaciones de consumidores, entre otros.

Otra de las medidas adoptadas fue elegir como empresas autorizadas para la impresión de etiquetas y contraetiquetas con el sello de la DOP 'Aceite de La Rioja' a Gráficas Ezquerro, Argraff y Gráficas Diego Castillo. A partir de la próxima campaña 2008-2009, los comercializadores de aceite de oliva virgen extra riojano sólo podrán imprimir sus etiquetas de la denominación en las citadas imprentas. No obstante, se ha establecido un plazo para que los comercializadores soliciten la inclusión de otras imprentas en la relación de gráficas autorizadas. Para ello, deben presentar una solicitud por escrito en la sede de ASOLRIOJA, indicando la empresa que debe ser incluida y el motivo. Los miembros del Consejo de Coordinación de la DOP 'Aceite de La Rioja' debatirán sobre las diferentes propuestas en la próxima reunión. □

“Las características de los aceites varían de una campaña a otra”

Doctora en Química Analítica y técnico especialista en cromatografía, Elena Romero es jefa del proyecto ‘Caracterización de parámetros de calidad del aceite de oliva virgen extra de la denominación de origen Rioja’, que el Centro Tecnológico de la Industria Cárnica (CTIC) desarrolla en colaboración con ASOLRIOJA. La técnico del CTIC nos habla sobre la marcha de este proyecto que se inició en diciembre de 2006, y finalizará durante el verano de 2009, con el fin de obtener datos contrastados sobre los aceites de la DOP ‘Aceite de La Rioja’.

El estudio de caracterización de aceites se encuentra en el ecuador, ¿se han obtenido ya datos fiables?

Sí, el estudio se inició la campaña pasada. Se realizaron los ensayos técnicos que nos han permitido, en una primera aproximación, definir varias características de los aceites virgen extra que se producen en nuestra comunidad. Los datos obtenidos son de alta fiabilidad ya que las técnicas analíticas que utilizamos son muy precisas. Se trata de ensayos que determinan compuestos presentes en el aceite a nivel de trazas, por tanto, muy fiables y sobre todo reproducibles. El estudio se basa en realizar una comparativa a lo largo de tres campañas, por lo que las analíticas tienen que estar perfectamente definidas y ser reproducibles en el tiempo.

¿Cuáles son los parámetros de calidad del aceite de oliva virgen extra de la DOP ‘Aceite de La Rioja’?

Definir los parámetros de calidad de un aceite es complejo, ya que la calidad está marcada por muchas variables, como el color, el aroma, el sabor. Se trata de valorar el aceite desde varios puntos de vista: sensorial, instrumental e incluso las preferencias del consumidor. Este estudio nos va a acercar a conocer las virtudes de nuestros aceites en varios de estos aspectos.



Elena Romero frente al cromatógrafo con el que realiza los análisis.

¿Qué parámetros analizáis y con qué métodos?

En el CTIC, además del personal humano que cuenta con una especializada cualificación, se dispone de medios técnicos muy novedosos, entre ellos un cromatógrafo de gases que permite realizar analíticas de compuestos volátiles en diferentes matrices. Lo hemos empleado para determinar compuestos aromáticos en el aceite riojano con denominación. Con este equipo, se han definido dos tipos de pruebas: una caracterización global de cada uno de los aceites virgen extra, y una cuantificación de aquellos aromas que nos imprimen características especiales en los aceites como los compuestos responsables del amargor y del sabor afrutado. Además se han realizado otros ensayos para diferenciarlos como el color y el nivel de ácido oleico.

Este es el segundo año de estudio, ¿varían mucho las características de los aceites de una campaña a otra?

Sí. El aceite está sometido a variables como la climatología, la cosecha, la forma de molturación de la aceituna, el tiempo de maduración y recogida, que hacen que de un año a otro el aceite cambie, pero

ENTREVISTA: Elena Romero, Técnico del Área de Tecnología del CTIC

siempre tendrá un denominador común. El objetivo del estudio es llegar a establecer y definir cualidades intrínsecas de nuestro aceite que se repitan en el tiempo.

El CTIC se centra principalmente en la industria cárnica, ¿cómo surgió la iniciativa de hacer un estudio sobre aceites?

En el CTIC llevamos desarrollando proyectos de investigación desde 2002. Una de las líneas en las que nos hemos especializado ha sido la caracterización lipídica de los embutidos, es decir, la composición en ácidos grasos de los productos cárnicos. El aceite, por su parte, tiene un perfil lipídico muy importante, distinto del animal en su matriz vegetal, que se puede estudiar y caracterizar. ASOLRIOJA y CTIC vimos la oportunidad de colaborar, con el fin de potenciar el aceite riojano, haciendo un estudio de estas características, aprovechando nuestra experiencia y especialización en grasas, los recursos humanos y técnicos junto con los conocimientos y el apoyo de ASOLRIOJA en el tema del aceite.

¿Servirá este estudio para potenciar la DOP ‘Aceite de La Rioja’?

Por supuesto, éste es el primer estudio riguroso que se realiza del aceite riojano con denominación. Así, se van a potenciar las virtudes del producto en muchos aspectos, sobre todo, en darlo a conocer, ya que la DOP ‘Aceite de La Rioja’ va a disponer de datos científicos avalados acerca de su aceite.

¿En qué otros aspectos será beneficioso?

En la comercialización, dado que el cliente va a tener confianza en un producto que le aporta beneficios saludables. Este estudio nos va a permitir dar a conocer el aceite con DOP ‘Aceite de La Rioja’ en multitud de foros, nacionales e internacionales, potenciando sus virtudes frente a otros.

La DOP 'Aceite de La Rioja' reúne todos los ingredientes para triunfar



Las tierras de olivar riojano pueden obtener un valor añadido si la DO evoluciona con éxito.

En España existe una larga tradición de protección de la calidad de los productos agroalimentarios. El Estatuto del Vino de 1932 introdujo por primera vez la figura de la denominación de origen para vinos. Un año después se aprobó el reglamento técnico de la DO Málaga, la primera normativa española específica de una denominación. Desde entonces, según los últimos datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino publicados en enero de 2007, se han creado en el país casi un centenar de figuras de calidad para diferentes tipos de alimentos diferenciados. Otras 47 marcas se encuentran en proceso de aprobación por parte de la Unión Europea. Así, España ocupa el tercer lugar en lo referente a producciones de calidad por detrás de Italia y Francia.

Las sucesivas crisis del sector agroalimentario europeo de los últimos años provocadas por los cambios estructurales, al pasar de una situación de déficit a una de excedentes en casi todos los sectores agrarios, han generado la necesidad de producir alimentos diferenciados, de mayor calidad y con mayores controles. Además, los consumidores se han vuelto cada vez más exigentes en un mercado donde hay gran variedad de productos.

En este marco, se han creado la mayoría de las denominaciones de origen españolas a lo largo de los últimos 20 años. Algunas de ellas son todavía muy jóvenes, como la DOP 'Aceite de La Rioja', aprobada en 2004. No obstante, aunque su futuro es incierto, es muy esperanzador si analizamos la experiencia de figuras de calidad más consolidadas. Agricultores, elaboradores, comercializadores y consumidores serán los grandes beneficiarios del funcionamiento de la marca del aceite riojano.

España es el tercer país europeo en cuanto a producciones de calidad con casi 150 marcas

Valor añadido de la tierra

Una denominación de origen puede generar un valor añadido en la tierra cultivada de un producto amparado. En el caso de la viña con DOC Rioja, una hectárea de

Una denominación de origen puede generar un valor añadido en la tierra

derechos vale actualmente 33.000 €. La inscripción fue gratuita durante décadas. "El valor añadido ha sido superior al valor de la tierra gracias a un sello común que es garantía de origen, a una marca colectiva que es patrimonio de los que están inscritos", opina Juan Carlos Sancha, gerente de Bodegas Viña Ijalba, miembro del Consejo Regulador de la DOC Rioja y del Consejo de Coordinación de la DOP 'Aceite de La Rioja'.

"Aunque la denominación del aceite no es tan grande como la del vino, sería una falta de estrategia no inscribirse". Para Sancha, "el coste que tiene hacerlo es muy asequible y siempre se tiene la opción de utilizar la marca colectiva". Además, "puede llegar el momento en el que se limite la posibilidad de inscripción. En la DOC Rioja, hubo localidades que no quisieron entrar en su momento y ahora tienen problemas para hacerlo".


Por otra parte, en el caso del aceite, la denominación de origen ha favorecido la reestructuración del sector oleícola en La Rioja, generando una nueva alternativa laboral para la agricultura. Olivicultores y elaboradores encuentran mejores salidas comerciales. Si en el año 2000 apenas se encontraban 5 marcas de aceite riojano en el mercado, actualmente hay 47 con DOP 'Aceite de La Rioja'. Y es que una figura de calidad es un arma importante para la venta de cualquier alimento.

Garantía de calidad

Desde el punto de vista del consumidor, una denominación de origen supone ga-

La DOP 'Aceite de La Rioja' ha favorecido la reestructuración del sector oleícola en la Comunidad

garantía de calidad. En el caso del aceite, implica un producto elaborado en un territorio cuyas condiciones edafoclimáticas le confieren unas características que hacen del aceite un alimento único, selecto y diferenciado del resto. Para Manuel Luque, secretario de la Federación Española de Industriales Fabricantes de Aceite de Oliva, INFAOLIVA, "el hecho de que un aceite esté amparado por una DO garantiza para el consumidor que sea de categoría virgen extra, con sus peculiaridades de frutado, amargo, picante o dulce".

Si bien es cierto que todavía hay que hacer un esfuerzo importante para promocionar la marca de calidad del aceite riojano, ya se empieza a notar su conocimiento entre los ciudadanos. "Los que estamos comercializando estamos divulgando la marca colectiva", afirma Sancha. "De lo bien que lo hagamos, dependerá el valor añadido que genere". En cualquier caso, la DOP 'Aceite de La Rioja' reúne todos los ingredientes para evolucionar con éxito. 



Aceite de La Rioja

Denominación de Origen Protegida

Logotipo bajo el que se creó la DOP 'Aceite de La Rioja' en 2004.

La importancia de llamarse Rioja




Los aceites con denominación son una garantía para el consumidor.

Pequeña y de nombre conocido internacionalmente. La DOP 'Aceite de La Rioja' goza de dos ventajas importantes para abrir mercados. Al ser la única denominación de aceite de una comunidad pequeña, aumentan sus posibilidades de generar valor añadido.

"Lo importante es que el aceite ofrezca unas características diferentes al resto", afirma Manuel Luque. "El problema aparece cuando hay varias denominaciones

que amparan las mismas variedades y proceden de un entorno muy parecido. Entonces, no hay diferencias importantes y se empieza a cuestionar la eficacia de dichas figuras de calidad." Lo mismo sucede con denominaciones excesivamente grandes, que no consiguen transmitir valor añadido a través de la marca. Otra de las bases de la DOP 'Aceite de La Rioja' es incluir en su nombre la palabra 'Rioja', conocida internacionalmente y asociada a los vinos de calidad. De esta manera es más sencillo difundir el conocimiento de una marca. Como ejemplo, en un artículo publicado por la Asociación Española de Municipios del Olivo, se reflejaba el desconocimiento que existe entre los andaluces de sus propias denominaciones.

Según Luque, "en ocasiones, se comete el error de incluir en el nombre de una denominación el pueblo o la comarca de la que proviene. Se trata de nombres que se conocen en la zona pero no en el resto del mundo". Actualmente, los órganos competentes de la Junta de Andalucía están sopesando la posibilidad de unificar las denominaciones de origen de aceite existentes en la comunidad bajo un nombre que se conozca a nivel internacional. 



Oliva amparada por DOP 'aceite de La Rioja' sometida a controles.

Albelda inaugura el primer trujal del Valle del Iregua

Almazara Valle del Iregua abrirá sus puertas el próximo mes de septiembre en Albelda, convirtiéndose en el primer trujal de la zona. A partir de la campaña 2008-2009, el nuevo molino se dedicará a la elaboración de aceite de oliva virgen extra para comercializar con marca propia, y también prestará servicio de molturación a los olivicultores riojanos.

“En el Valle del Iregua, se están plantando muchos olivos y pensamos que los agricultores necesitaban un trujal cercano donde poder llevar la aceituna”, asegura Pedro Enrique Cámara, copropietario de la almazara. “De esta manera, queremos incentivar la plantación de olivos. Actualmente, hay mucha fruta, cebada o trigo en el valle y nos parece positivo que aparezcan nuevos cultivos.”

La propia almazara cuenta con 16 hectáreas de olivo en Albelda de Iregua. Sus propietarios, procedentes del sector de la construcción, decidieron cultivar unos terrenos familiares. Así, pretendían diversificar su actividad profesional, creando una nueva alternativa laboral para sus trabajadores. Con la construcción de Almazara Valle del Iregua, se completa el ciclo y la empresa oleícola se convierte en productora, elaboradora, envasadora y comercializadora de su propio producto.

“Tenemos previsión de molturar entre 700.000 y 900.000 kilos de oliva por campaña”

Maquinaria de última generación

Con una dimensión de 1.200 m², la almazara contará con zona de recepción, área de molturación, bodega, sala de envasado, almacén, oficinas, sala de cata y tienda. En un patio exterior de 400 m², se recibirá a los vehículos que lleguen con la aceituna. Además, otro pabellón colindante de 1.200 m² servirá de almacén y, en un futuro, para ampliar las instalaciones a medida que vaya creciendo la actividad de la empresa. Para la elaboración de aceite, se ha elegido maquinaria de última generación. Como método de molturación, el sistema continuo de centrifugación de dos fases, además de lavadora, pesadora, molino, batidora y depósitos de acero inoxidable, entre otros.



Interior de la almazara durante las obras este verano.

“Tenemos previsión de molturar entre 700.000 y 900.000 kilos de oliva por campaña”, cuenta Pedro Enrique Cámara. Al principio, “además de elaborar nuestro propio aceite, prestaremos servicio de



Almazara Valle del Iregua está ubicada en el Polígono La Yasa de Albelda.

molturación, con y sin denominación de origen, a los agricultores del valle. Así, le daremos una nueva salida comercial a sus olivas”.

Orientada al oleoturismo

Entre los proyectos de futuro inmediato de Almazara Valle del Iregua, se encuentra ampliar sus cultivos. Según Cámara, “durante los próximos cinco años, plantaremos de 6.000 a 7.000 olivos cada campaña hasta llegar a las 20 hectáreas de superficie”. Al igual que con el resto de sus fincas, utilizarán el sistema de cultivo superintensivo para obtener la máxima producción y rentabilidad. Asimismo, a largo plazo, los propietarios de Almazara Valle del Iregua pretenden promover actividades dirigidas a fomentar el oleoturismo. Una tendencia en alza que empieza a apreciarse en las diferentes empresas del sector oleícola riojano mediante la apertura de museos sobre cultura oleícola de La Rioja, la celebración de catas de aceite o la creación de tiendas dentro de los propios trujales para comercializar su producto. □

ALMAZARA VALLE DEL IREGUA

Fecha de constitución:

Septiembre de 2008.

Dirección:

Polígono Industrial La Yasa, parcela 6, Albelda de Iregua.

Teléfono: 941 443 236

Fax: 941 444 373

Los corzos causan grandes destrozos en el olivar durante los inviernos secos de las últimas campañas



Los corzos se están convirtiendo en los peores enemigos del olivo en los inviernos secos de los últimos años. Ante la falta de verdor en el monte, estos cérvidos se acercan a los olivares para alimentarse de las ramas bajas de los árboles, causando grandes destrozos en las fincas. Las nuevas plantaciones han sido las más afectadas en La Rioja durante los meses secos del último invierno por el ataque de este pequeño mamífero.

Identificación

El corzo, o *capreolus Capreolus*, es el miembro más pequeño de la familia de los cérvidos. En estado adulto, no supera los 75 centímetros de altura y su peso oscila entre los 15 y 30 kilos. Los machos presentan cuernas de tres puntas que mudan cada año a principios del invierno. En dicha estación, el corzo es de color grisáceo con una mancha blanca sobre la grupa y el vientre es más claro que la espalda. El pelaje se torna pardo-rojizo durante la época estival.

Este animal solitario, que se caracteriza por emitir gritos similares a un ladrido, habita principalmente en zonas boscosas con algunos claros y prados donde alimentarse. Entrada la noche, sale a los pastos y sembrados para comer hojas y brotes de las especies arbóreas y arbustivas que

se encuentran en su hábitat. El corzo completa su dieta con plantas herbáceas no arbustivas y otros cultivos, especialmente cuando hay escasez de alimento en el monte.

Olivos, viñedos, almendros y otros árboles frutales son los cultivos preferidos por el corzo. Hasta el mes de marzo, el olivo ha centrado una parte importante de su dieta en La Rioja dado que no ha brotado ningún otro cultivo. Hay fincas totalmente destruidas por la actividad de estos cérvidos.

Daños y métodos de lucha

No obstante, en aquellas zonas donde habitan poblaciones estables de corzos, se producen problemas todos los años. Los destrozos en los olivares riojanos son cada vez más habituales debido, en parte, al auge de las nuevas plantaciones, donde los corzos encuentran una importante fuente de alimento.

La solución más efectiva para evitar el ataque de los cérvidos es cercar los olivares con una valla. Es conveniente que ésta tenga cierta altura ya que, aunque estos animales son relativamente pequeños, son capaces de dar grandes saltos.

También existen tratamientos preventivos para evitar el ataque en las plantaciones. Se trata de los repelentes. Por una parte, se encuentran repelentes que emiten mal olor. Son tan repulsivos que, después de hacer el tratamiento, el técnico tiene que tirar la ropa utilizada durante la aplicación. Asimismo hay repelentes con extracto de chile. Estos son de sabor picante y no emiten tan mal olor.

El inconveniente de dichos tratamientos preventivos es que su efectividad no es duradera. Al final, los animales acaban

La solución más efectiva para evitar su ataque es cercar la finca con una valla

acostumbrándose al olor. Además, el efecto de los repelentes no dura más de 15 días y, si llueve, desaparecen, con lo que es necesario volver a aplicarlos.

Cuando los daños causados al olivar son muy intensos, la única solución es replantar los árboles afectados. En el caso de ataques leves, se pueden combatir los daños con cicatrizantes.



Olivo tras el ataque de un corzo el pasado invierno.

Estos cérvidos encuentran en las nuevas plantaciones una importante fuente de alimentación

Las lluvias de mayo favorecerán la cosecha de próximas campañas



Los olivos tienen menos necesidades de agua en verano.

otoñales. No obstante, en verano, se puede disminuir la dosis de riego hasta en un 75 por ciento. Basta con una aportación mínima para que el olivo mantenga un estado vegetativo aceptable.

Junto al de primavera, el riego de otoño es el más importante para el olivar. El agua aportada al árbol antes de que se produzca el envero de la aceituna determinará el engorde y, por lo tanto, la producción de aceite.

Cuando hablamos de riego en el olivar, la aportación mínima recomendada oscila entre 1.000 y 1.500 m³/ha más precipitaciones. La cantidad aplicada depende de factores tan importantes como el tipo de suelo, el clima o el sistema de riego, entre otros. El exceso de agua puede suponer la disminución en la floración del olivo. Otro de los aspectos a tener en cuenta para aplicar una dosis adecuada de agua

es la edad del olivo. Los árboles adultos suelen ser bastante tolerantes a la sequía. Sin embargo, es fundamental realizar los riegos de primavera y otoño para garantizar una buena cosecha. En cambio, las plantaciones jóvenes necesitan riego durante las tres estaciones. De esta manera, se potencia su crecimiento y se acelera la entrada en producción.

Desde mediados de octubre hasta la llegada de la primavera, no es necesario ni recomendable el riego de las plantaciones. Especial atención hay que prestar a los olivos en formación. En invierno, el árbol joven presenta más problemas ante el frío porque los tejidos no están lo suficientemente lignificados. Si regamos durante los meses invernales, las partes leñosas del árbol pueden no endurecerse y ser más sensibles a las heladas. □

Tras la sequía del invierno, las lluvias primaverales han sido un bálsamo para el olivar riojano. Dichas precipitaciones proporcionarán mayor vigor y crecimiento a los olivos, incidiendo favorablemente en la producción de la siguiente campaña. En la época de prefloración, se produce uno de los períodos más críticos en cuanto a necesidades de agua para el olivo. Una primavera lluviosa garantiza una buena cosecha si se dan las condiciones climáticas necesarias y/o se realizan los riegos adecuados durante el resto de las estaciones, además de otros factores.

En los meses de julio, agosto y septiembre, acaece otro de los momentos determinantes en cuanto a riego, ya que el olivo se encuentra en plena producción de aceituna. La escasez de agua puede ocasionar una reducción permanente del crecimiento hasta la llegada de las lluvias



Riego por goteo en un olivar superintensivo.