



infolivo rioja

Boletín informativo de la Oficina del Olivo

Oficina del Olivo
Asolrioja. Asociación de Trujales y Olivicultores de La Rioja
Muro de la Mata, 8 5º C Dcha. 26001 Logroño
T. 941 23 68 68 - F. 941 23 39 24
oficinaolivo@oleorioja.com / www.oleorioja.com

SUMARIO

Pág. 2	Viaje comercial a Noruega
Pág. 2	ASOLRIOJA en la Semana Nacional del Corazón
Pág. 3	Entrevista a Antonio Munilla
Pág. 4-5	Situación actual del sector oleícola riojano
Pág. 6-7	SAT Galilea
Pág. 7	La nueva normativa de etiquetado
Pág. 8	¿Sistema de prensas o de centrifugación?

ACEITE DE GALILEA

SAT Galilea, ejemplo de equilibrio entre el autoconsumo y la comercialización

(pág. 6)

Entra en vigor un nuevo reglamento sobre el etiquetado del aceite

Desde el pasado 1 de noviembre, un nuevo reglamento europeo regula el etiquetado del aceite de oliva virgen extra. A pesar de los esfuerzos por evitar ciertos abusos con esta actualización, en la Asociación consideramos que los fabricantes y envasadores de aceite de oliva que no es virgen se han vuelto a salir con la suya en perjuicio de la calidad alimentaria y, por lo tanto, de todos los consumidores.

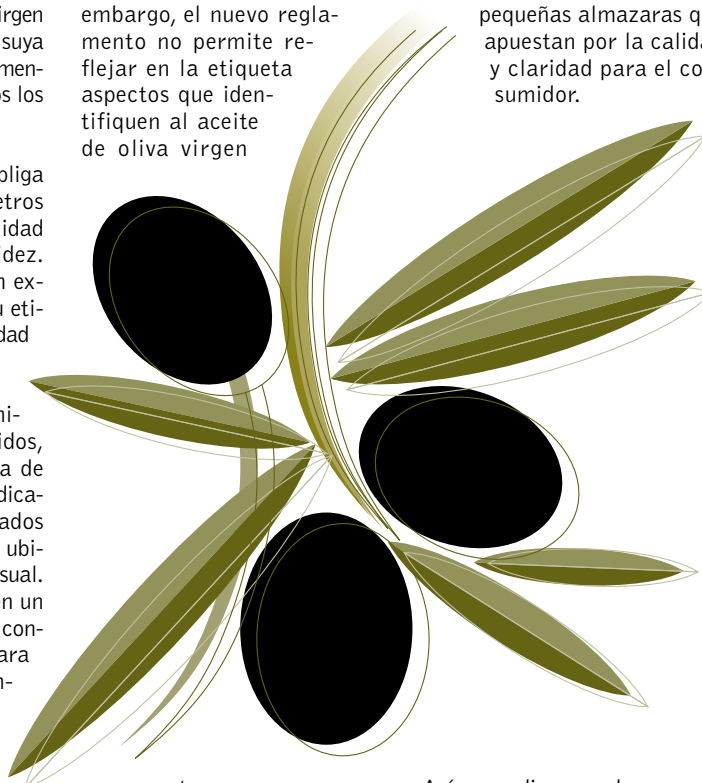
El nuevo reglamento no obliga a mostrar ciertos parámetros que son indicadores de calidad como, por ejemplo, la acidez. Las almazaras que deseen expresar la acidez libre en su etiqueta gozarán de la posibilidad de hacerlo siempre que la misma vaya acompañada de otros parámetros químicos, tales como los peróxidos, las ceras y la absorbancia de ultravioleta. Todos estos indicadores deberán estar reflejados con igual tamaño de letra y ubicados en el mismo campo visual. El resultado se traducirá en un bombardeo de información confusa y difícil de asimilar para la persona que vaya a comprar dicho producto.

En ASOLRIOJA, no pretendemos denunciar la presencia del parámetro de las ceras, de los peróxidos o de la absorbancia de ultravioleta en la etiqueta, sino la falta de exigencia para que todos los indicadores, especialmente los más importantes,

sean claramente apreciables a primer golpe de vista.

Además, los aceites de oliva, que son la mezcla de aceite refinado en mayor cantidad y de virgen en menor parte, seguirán llamándose igual. Sin embargo, el nuevo reglamento no permite reflejar en la etiqueta aspectos que identifiquen al aceite de oliva virgen

mento son la consecuencia de la influencia que ejercen los grandes fabricantes y envasadores de aceite de oliva. Sus opiniones tienen gran peso específico en la elaboración de los reglamentos, perjudicando directamente a las pequeñas almazaras que apuestan por la calidad y claridad para el consumidor.



extra como un zumo fresco de aceitunas, un jugo sin defectos y con atributos muy positivos y favorecedores para la salud humana.

Las múltiples deficiencias que se desprenden del nuevo regla-

Así, para disponer de una normativa de etiquetado que garantice una información eficaz para el consumidor todavía quedan por llenar muchas lagunas legislativas.

Continúa en página 7



ASOLRIOJA imparte cursos gratuitos para que los agricultores riojanos puedan obtener el carné de manipulador de plaguicidas

ASOLRIOJA y varias empresas homologadas han comenzado a impartir recientemente el nivel básico de los cursos formativos de manipulador y aplicador de plaguicidas de uso fitosanitario. De esta manera, los agricultores que han recibido la formación pueden disponer, de forma gratuita, del carné de manipulador exigido por ley desde 1998.

Cada curso es de veinte horas de duración y acoge a treinta agricultores aproximadamente. Así, durante el mes de noviembre, se inició el proceso formativo en Igea, Arnedo y Cabretón, para continuar en diciembre en Cornago y repetir en Arnedo. El resto de cursos se realizarán periódicamente en las demás localidades a lo largo de 2004 para que todos los profesionales riojanos puedan disponer de este carné obligatorio gratuitamente.

Los interesados en desempeñar los cursos podrán realizar su inscripción en la Oficina del Olivo, ubicada en la calle logroñesa Muro de la Mata 8, 5 C Deha. o llamando al 941 23 68 68 en horario de mañana.

ASOLRIOJA comienza la comercialización de los aceites de la Comunidad con un viaje a Oslo

Miembros de la Asociación vuelven satisfechos ante las buenas expectativas de venta a medio plazo en el país nórdico

Varios representantes del Gobierno de La Rioja, ASOLRIOJA, ARTESAR y un gestor de exportación viajaron a Noruega con el fin de abrir nuevas vías de comercialización para los productos alimenticios riojanos. Entre los componentes de la misión comercial se encontraban el consejero del Gobierno de La Rioja Pedro Soto, el director general del Instituto de Calidad de La Rioja, Pedro Sáez Rojo, la jefe de Servicio de Calidad Agroalimentaria, Ana Barrio, Manuel Catalán en representación de ASOLRIOJA y ARTESAR y el gestor de exportación Carlos Fernández.

Tras realizar el viaje comercial a Oslo, miembros de la expedición han mostrado su satisfacción ante las buenas expectativas de venta a medio plazo. A pesar de las dificultades que muestra el hermético mercado noruego para introducir productos alimentarios, ya se han iniciado los primeros contactos para que el aceite de oliva virgen extra y los productos



De izquierda a derecha: Pedro Sáez Rojo, Eduardo Garrigues, Enrique Múgica y Pedro Soto.

artesanos de La Rioja empiecen a competir en el país nórdico. Así, ASOLRIOJA, en colaboración con ARTESAR, ha entablado relación con tres importadores de reconocido prestigio en el sector, dos de ellos noruegos y otro francés con gran presencia en el país. Según miembros de dichas asociaciones, la única manera de entrar en un mercado que se muestra tan reacio a abrirse a nuevas actividades comerciales es a través de un importador.

VISITA DE ENRIQUE MÚGICA Y EDUARDO GARRIGUES

Estos son los resultados de los actos llevados a cabo el pasado 3 de noviembre. A lo largo de la

mañana, se desarrolló en el Hotel Quality Savoy de Oslo una exposición y degustación de diferentes productos riojanos. Así, se presentaron todas las marcas de aceite de oliva virgen extra que se comercializan en la Comunidad, vino DOC Rioja, pimientos, patés, mermeladas, chocolates, alimentos de repostería y miel. La convocatoria al acto corrió a cargo del logroñés David Fernández Yécora, becario de internacionalización de la ADER en la oficina comercial de Oslo. El elenco de invitados estaba formado por importadores, agentes hoteleros, políticos y periodistas. Además, la jornada recibió la visita del embajador de España en Oslo, Eduardo Garrigues, y

del defensor del pueblo, Enrique Múgica, que se encontraba aquellos días en Noruega y quiso acercarse al hotel por los vínculos familiares y afectivos que le unen a La Rioja.

De los actos matinales, surgieron los intercambios comerciales más interesantes. No obstante, durante la tarde, se completó la visita con una prospección de mercado en las diferentes cadenas comerciales de la ciudad y entrevistas personales con los directivos de dichos establecimientos.

NUEVOS PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN

ASOLRIOJA y ARTESAR continuarán la labor comercializadora con nuevos viajes al extranjero y con la presentación de los productos en las casas regionales riojanas de las diferentes Comunidades Autónomas. De esta manera, se seguirá desarrollando la segunda fase del proyecto piloto de comercialización para los aceites de oliva virgen extra de nuestra Comunidad, que ASOLRIOJA viene desarrollando desde principios de año. La fase inicial del proyecto ha finalizado recientemente con un estudio de mercado sobre la situación actual y previsión futura del sector oleícola riojano. ●

ASOLRIOJA en la semana nacional del corazón

ASOLRIOJA colaboró el pasado 18 de octubre con la Fundación Española del Corazón y la Asociación Riojana de Cardiología en

los actos organizados en la Plaza del Ayuntamiento de Logroño con motivo de la Semana Nacional del Corazón. El principal objetivo



De izq. a dcha.: Antonio Munilla, María Ángeles Ferrer, Julio Revuelta y Pedro Soto degustando aceite de oliva virgen extra de La Rioja.

de este año se centró en integrar los conceptos de salud, alimentación y deporte en la vida sana, para lo que se acondicionaron diversos espacios.

La Asociación compartió una de las carpas con la Panadería Ortiz en representación del aceite y el pan, alimentos básicos de la dieta más saludable, la mediterránea. Así, a lo largo de la jornada, se realizaron degustaciones de aceite de La Rioja, catas comentadas y una exposición de los aceites de oliva virgen extra de nuestra Comunidad, además de facilitar información sobre las propiedades de estos alimentos a todas las personas que quisieron acercarse. Otros productos riojanos como la miel Los Linares o las frutas y verduras también participaron en

las jornadas como símbolo de una dieta adecuada.

El resto del recinto fue ocupado por una carpa médica, en la que profesionales del sector tomaron las constantes vitales de los visitantes y recomendaron dietas personalizadas a cada uno de ellos. Y, como complemento, un grupo de profesores de Tai-chi, Kung-Fu y aeróbic llevaron a cabo exhibiciones deportivas al aire libre.

El consejero de Salud, Pedro Soto, el alcalde de Logroño, Julio Revuelta, y la concejala de Salud del Ayuntamiento de Logroño, María Ángeles Ferrer, visitaron las instalaciones y participaron en las diversas actividades que se desarrollaron durante esta jornada, que por primera vez se celebró en la Comunidad Autónoma de La Rioja. ●

Doctor Antonio Munilla, jefe de la Sección de Cardiología del complejo hospitalario San Millán-San Pedro



“El aceite de oliva virgen extra reduce los niveles de colesterol malo y sube un poquito el bueno”

El cardiólogo Antonio Munilla habla sobre las propiedades del aceite de oliva virgen extra para la salud

El aceite de oliva virgen extra se está afianzando como alimento indispensable para mantener la buena salud del cuerpo humano. A lo largo de los últimos años, el sector médico ha ido inculcando en la población los hábitos alimenticios más recomendables, basados en la dieta mediterránea. El doctor Antonio Munilla, jefe de la Sección de Cardiología del complejo hospitalario San Millán-San Pedro, ha contribuido con su trabajo en La Rioja a esta labor. A continuación, expone las propiedades de este producto.

¿Cuáles son las enfermedades cardiovasculares más frecuentes en la población?

Las relacionadas con las placas de ateroma en las arterias. Empezando de cabeza a pies, son: enfermedades cerebro-vasculares, como la hemorragia y el trombo cerebral; a nivel de corazón, el infarto agudo de miocardio; a nivel de extremidades inferiores, lo que se conoce como claudicación intermitente, que es la obstrucción de las arterias en las piernas.

¿Por qué motivos se producen dichas enfermedades?

Porque las arterias se van obstruyendo con el paso de los años por unas placas en las que se deposita, entre otras cosas, el colesterol. Es lo que se llama la placa de ateroma. Dependiendo de donde se manifieste la enfermedad, de la arteria afectada, la carótida, una arteria cerebral, una coronaria o una de las piernas, se produce una enfermedad clínica u otra.

¿A qué se debe esa acumulación de colesterol?

En primer lugar, a la genética y, después, al tipo de vida. Dentro del tipo de vida está la dieta y la falta de ejercicio. Además hay enfermedades que potencian esto, como por ejemplo la diabetes. Un enfermo diabético tiene muchas más posibilidades de tener este tipo de problemas que una persona que no lo es, porque los diabéticos tienen ya lesiones en las arterias y es ahí donde se empieza a depositar el colesterol.

¿Qué tipo de dieta hay que seguir para tener un cuerpo sano?

La mediterránea, se ha demostrado en infinidad de estudios. Desde el año 1950, que es cuando se empezó a hablar de la dieta mediterránea en el mundo, se comprobó que había una serie de países que tenían menor incidencia de enfermedades cardiovasculares. Se vio que los griegos, los españoles, los franceses del sur o los italianos tenían menos infartos que los suecos, los alemanes, los ingleses o los americanos. Empezaron a hacer estudios sobre el tipo de vida y alimentación y se vio que, en los países favorecidos, se consumían los productos de la dieta mediterránea, que son el aceite de oliva, el pan y el vino, además de las frutas, las verduras, las legumbres y el pescado.

¿Se puede decir que el aceite de oliva virgen extra alarga la vida?

Lo que ocurre con el aceite de oliva virgen extra, como con otros

productos de la dieta mediterránea, es que tiene unas características que reducen los niveles de colesterol malo, el LDL colesterol, y suben un poquito el bueno, el HDL colesterol. Entonces, al haber menor cantidad de colesterol circulante, las placas de ateroma tienen menor cantidad de colesterol y la enfermedad evoluciona más lentamente. Es decir, si una persona, por su genética y constitución, tiene que tener un infarto a los 60, lo va a seguir teniendo aunque tome aceite de oliva, pero la dieta mediterránea y estar en el peso adecuado retrasará la enfermedad. Puede que ésta tenga que aparecer a los 35 años y aparezca a los 80 o no aparezca. Sin embargo, no se puede considerar nunca a la dieta como un medicamento, sino como una forma de vida.

¿Qué propiedades del aceite de oliva virgen extra, que no tienen otros aceites, favorecen la salud humana?

Fundamentalmente el alto contenido en ácido oleico y vitamina E. Estos dos elementos, que forman parte del aceite, son los que influyen en el metabolismo del colesterol y, además, tienen un efecto antioxidante. La cantidad de grasas saturadas del aceite de oliva virgen extra son muy bajas, es decir, tiene ácidos grasos monoinsaturados que reducen los niveles de colesterol, frente a otro tipo de productos como el aceite de coco o de palma, que son aceites vegetales pero con gran contenido de ácidos grasos saturados.

¿Considera que la población consume suficiente aceite de oliva virgen extra?

Yo creo que sí, ahora hay una cultura del aceite de oliva. Ade-

más el aceite de oliva virgen extra natural es muy rico y tiene el utilizado en verduras, ensaladas o con el pan. Desde que la gente sabe que el aceite de oliva es bueno para la salud y baja el colesterol, creo que se está produciendo, por lo menos al nivel de lo que yo conozco de la sociedad española, un culto al aceite de oliva positivo, ya que cada vez se compra más.

¿Se podría establecer un consumo medio de aceite de oliva por persona?

Lo que ocurre con este producto es que tiene un alto contenido calórico. Si se abusa del aceite de oliva se puede llegar a engordar, aunque de una forma sana. Lo cierto es que no se qué cantidad de aceite de oliva en centímetros cúbicos se puede utilizar al día, pero yo te diría que, si comes habitualmente verduras o ensaladas, condimentos siempre esos alimentos con aceite de oliva virgen sin freír. Esa sería la cantidad, utilizar siempre en los alimentos que se condimentan con aceite, aceite de oliva virgen extra.

¿Qué campañas de promoción de la dieta mediterránea desarrolla el sector médico?

Es un trabajo individual. En este momento en España, quien más está colaborando es la Fundación Española del Corazón. Luego, en colaboración con ella, trabajamos las filiales, las asociaciones regionales que de alguna forma contribuimos a su trabajo y hacemos, a nivel local, todo lo que nos dicen, como por ejemplo la jornada de la Semana del Corazón que se celebró en Logroño el pasado mes de octubre. ●

El olivar riojano contará con una superficie mayor a 13.000 hectáreas para el año 2010

ASOLRIOJA, junto con tres consultoras especializadas, ha desarrollado un estudio sobre la situación actual y futura del sector oleícola riojano. Las principales acciones se han centrado en analizar el estado del olivar riojano, el de las almazaras, las dificultades para la comercialización de nuestros aceites y en establecer una previsión.

Así, durante los meses de julio y agosto, se ha realizado el trabajo de campo acudiendo a diversas fuentes, tales como olivicultores, elaboradores de aceite de oliva de La Rioja, responsables de tiendas gourmet, restaurantes, elaboradores con experiencia en exportación y comercializadores.

RÁPIDO INCREMENTO DE LA SUPERFICIE

El estudio de mercado refleja que la superficie de olivar cultivado ha experimentado un rápido crecimiento en los últimos tres años. De las 2.945 hectáreas que había en el año 2000 se ha pasado a 4.720 y, según las previsiones, para el año 2010, el olivar riojano contará con una superficie de 13.100 hectáreas.

Este incremento arroja consecuencias de diversa índole. Por una parte, únicamente dos tercios del cultivo están en producción, por lo que la cantidad de oliva recolectada todavía no es demasiado significativa respecto a la superficie. Además, las nuevas plantaciones no están acogidas al régimen de ayudas a la producción oleícola, ya que sólo la superficie de olivar cultivado antes de 1998 goza de este privilegio.

REPARTO DESIGUAL DEL TERRITORIO

El olivo está distribuido de un modo muy desigual por el territorio de la Comunidad Autónoma. El 72 por ciento de las hectáreas se concentran en la Rioja Baja, mientras que, en la Rioja

Alta, apenas hay contabilizadas 47 ha. El contraste no es tan marcado en lo que respecta al tipo de cultivo, puesto que, del total de hectáreas, 2.423 están en regadío y las 2.297 restantes en secano, como muestra el gráfico de esta página.

En lo referente a variedades, la oliva predominante es la redondilla, alcanzando una superficie de más del 42 por ciento sobre el total. Sin embargo, desde la década de los noventa hasta nuestros días, se aprecia un descenso de nuestras variedades autóctonas, tales como la machona, royuela e incluso la propia redondilla, en favor del empeltre y, especialmente, de la arbequina, aceitunas más comunes en otras zonas del Valle del Ebro.

Actualmente, el arbequino ocupa en La Rioja alrededor del 25 por ciento de la superficie, aunque las previsiones indican que, en los próximos años, éste árbol será el de mayor presencia en nuestro olivar.

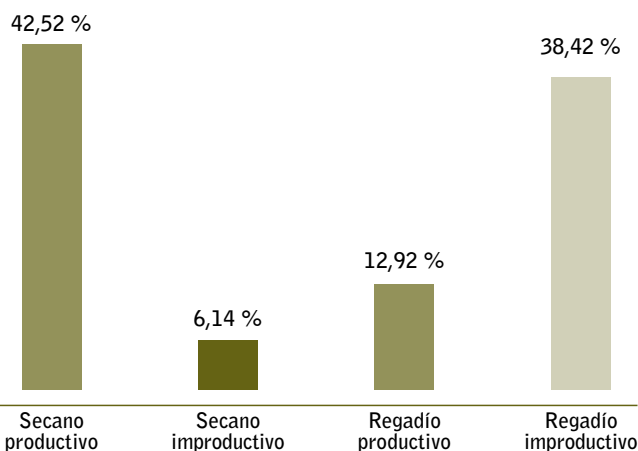
COMPROMISO CON EL ENTORNO

Tras la realización del estudio, también hemos podido apreciar varios rasgos comunes en el tratamiento de las plantaciones. Por norma general, el olivicultor riojano programa la campaña de la aceituna cada año y se muestra respetuoso con el entorno. Más del 70 por ciento realiza labores culturales compatibles con el medio ambiente, al utilizar métodos, herbicidas y fitosanitarios lo menos tóxicos posible, aunque, todavía son minoría los olivicultores que recurren a la lucha biológica, algo más del 5 por ciento.

No obstante, el agricultor riojano muestra interés por aprovechar los avances del sector.

Así, el 80 por ciento de los encuestados ha comenzado o tiene intención de comenzar la modernización y mecanización de su olivar.

Tipo de cultivo	Superficie (Ha)	Porcentaje
Secano productivo	2.007	42,52 %
Secano improductivo	290	6,14 %
Regadío productivo	610	12,92 %
Regadío improductivo	1.813	38,42 %



Tan sólo un 6 por ciento de la superficie se encuentra en secano improductivo, es decir, que el número de plantaciones que no recibe cuidado alguno es minoritario.

El alto porcentaje de regadío improductivo, más del 38 por ciento, se debe a que una parte importante del olivar riojano está en formación.

PERFIL DEL OLIVICULTOR

El estudio de mercado también contempla las características socio-económicas del olivicultor riojano. En cuanto a la edad, casi un tercio supera los 50 años, aunque la mayoría de los agricultores oscilan entre los 35 y los 50.

Respecto al tipo de jornada, un 41 por ciento de los encuestados se dedica íntegramente a la agricultura, mientras que un 42 la compagina con otro tipo de actividad económica, generalmente, del sector servicios. Además, del total de agricultores que trabajan

a jornada completa, gran parte de ellos compagina la olivicultura con otros cultivos, como la vid o los árboles frutales.

En cualquier caso, el porcentaje de personas que se dedica en algún grado a la olivicultura ha experimentado un crecimiento paralelo a la inesperada plantación de olivos de los últimos años. El dato más preocupante es la escasa formación de los profesionales. Alrededor del 80 por ciento de los grandes olivicultores ni recibe cursos de formación o reciclaje ni está suscrito a publicaciones especializadas del sector. ●

La producción de aceites de oliva virgen de La Rioja ha alcanzado las 470 toneladas en la última campaña

Entre La Rioja Media y Baja encontramos todas las almazaras de la Comunidad, un total de 15, coincidiendo con las zonas de mayor concentración de plantaciones olivareras. La mayoría de ellas se constituyen como Sociedad Cooperativa, aunque también hay una Sociedad Agraria de Transformación, la SAT Galilea, y una Sociedad Limitada, Almazara Ecológica de La Rioja, S.L.

No obstante, una de las diferencias más importantes de nuestros trujales se haya en el tipo de actividad que realizan. Frente a las 10 almazaras que no envasan el aceite que extraen, hay cuatro que se encargan de todo el proceso, es decir, producen la oliva, elaboran el aceite, lo envasan y lo comercializan. También encontramos el caso atípico de la Sociedad Cooperativa Frutera San Isidro de Igea, que envasa para sus socios, pero no comercializa.

ADOPCIÓN DEL SISTEMA DE CENTRIFUGACIÓN

El sistema de elaboración del aceite marca otra distinción esencial en los trujales de La Rioja. Todavía son ocho las almazaras que producen el aceite mediante el viejo sistema de prensas, aunque siete ya se han adaptado al de centrifugación de dos fases. Además, es fundamental diferen-

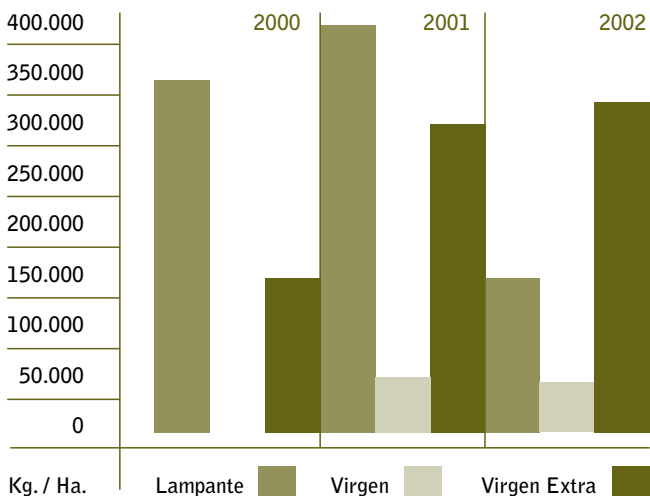
ciar la existencia de una o más líneas, según nos refiramos a un sistema u otro, pues se trata de un elemento cuya relevancia está siendo probada para la calidad final del producto. A este respecto, tan sólo dos de las almazaras riojanas cuentan con más de una línea.

Como dato a destacar, entre los siete trujales más modernizados, se encuentran todas las almazaras que comercializan su producto. Así, se puede afirmar que la mecanización de las instalaciones ha evolucionado de manera paralela a la mejora de la calidad y, por lo tanto, al inicio de la comercialización de los aceites riojanos.

MÁS ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

Desde el año 2000 hasta el 2002, la producción del aceite de oliva virgen ha experimentado un notable incremento en perjuicio del lampante, alcanzando la cantidad de 470 toneladas aproximadamente. Este hecho ha traído consigo mejoras fundamentales para el desarrollo de sector oleícola riojano, puesto que se aprecia un cambio de mentalidad en los profesionales. Así lo demuestra la intención expresada por los encuestados de introducir mejoras y reformar las instalaciones de los trujales.

PRODUCCIÓN DE ACEITE DE LA RIOJA

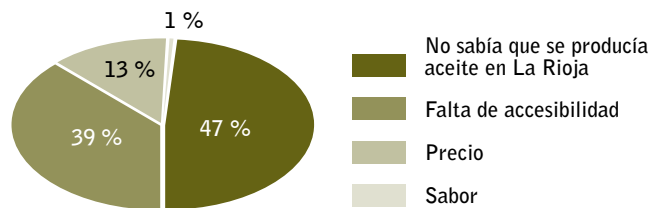


A pesar de contar con mayor número de hectáreas, en el año 2002, la producción de aceite en La Rioja experimentó una nota-

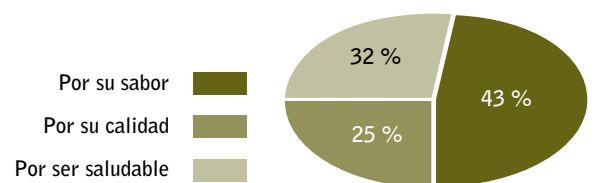
ble bajada, debido a las fuertes heladas de invierno que se produjeron el año anterior en la Comunidad.

Los riojanos consideran que el aceite de oliva de La Rioja es de alta calidad pero de escasa accesibilidad

MOTIVOS POR LOS QUE NO SE CONSUME ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA DE LA RIOJA



MOTIVOS POR LOS QUE SE CONSUME ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA EN LA RIOJA



Para completar el estudio, se ha analizado la demanda de nuestros aceites. Así, una consultora externa ha realizado para la Asociación una investigación exploratoria con el objeto de evaluar el conocimiento y aceptación de los aceites de oliva de La Rioja en nuestra Comunidad. Los datos extraídos coinciden con los nacionales obtenidos por el CIFA de Granada a través de su Departamento de Economía y Sociología Agraria en el Estudio sobre el Consumo y la demanda de aceite de oliva en España: situación y perspectivas.

ALTA CALIDAD Y PRECIO

Todos los ciudadanos riojanos que han probado aceite de oliva virgen extra de la Comunidad tienen una concepción muy positiva del producto, valorándolo con una media de 8,7 sobre 10. Según consumidores, responsables de tiendas gourmet y restaurantes, la alta consideración de nuestros aceites radica principalmente en el sabor, considerado como bueno o muy bueno.

A pesar del reconocimiento de la calidad, el precio supone un freno para la compra. El consumidor de estos aceites, de nivel adquisitivo medio, no está dispuesto a pagar más de tres euros por botella, a no

ser que el producto sea ecológico. Aunque los principales obstáculos de la comercialización, además del autoconsumo y de la baja producción, son el escaso conocimiento del producto y la falta de accesibilidad.

ESCALA ACCESIBILIDAD Y PROMOCIÓN

Un 61 por ciento de los encuestados opina que el aceite de La Rioja no es muy accesible en lo que respecta a los puntos de compra. La mayoría de las ventas se hacen directamente desde las almazaras y en las tiendas de productos gourmet. Las grandes superficies comerciales no disponen, por lo general, de este tipo de alimentos.

Por otra parte, los pequeños establecimientos de alimentación de otras Comunidades con los que se ha contactado han mostrado su desconocimiento ante los aceites de oliva virgen extra de La Rioja.

Ante tal situación, los encuestados han valorado la posibilidad de crear una DOP para nuestros aceites con más de un 9 sobre 10, al considerar tales denominaciones como sinónimos de calidad y garantía. Estos creen que el producto gozaría de mayor promoción y reconocimiento.

SAT Galilea, la mayor productora de aceite de oliva virgen extra de La Rioja Media

La inquietud por revitalizar el sector olivarero en La Rioja Media conduce a un grupo de 150 olivicultores y personas relacionadas con la oleicultura a crear una Sociedad Agraria de Transformación, la SAT Galilea. Así, en 1998, deciden construir unas instalaciones acondicionadas con los sistemas más modernos y eficaces para obtener un aceite de máxima calidad, pero, siempre, adoptando un serio compromiso con el medio ambiente.

Actualmente, 150 socios procedentes de más de quince municipios llevan sus aceitunas a la almazara, además de otros 450 pequeños olivicultores de la zona. En total, más de medio millón de kilos de aceituna se moltura en la SAT Galilea cada campaña, convirtiendo a este trujal en el mayor productor de aceite de oliva de La Rioja Media. Todo el producto elaborado durante la última campaña ha sido catalogado oficialmente como aceite de oliva de categoría virgen extra.



Zona de recepción de la aceituna, ubicada en el interior de sus instalaciones.

EQUILIBRIO AUTOCONSUMO-COMERCIALIZACIÓN

Para la buena gestión de la almazara, a las sofisticadas instalaciones y a la alta calidad de los acei-

tes elaborados se suma la mentalidad abierta de sus socios, que destinan una parte de la producción a comercializar con marca propia. Así, de los 120.000 kilos de aceite que se han generado en

las últimas campañas, un 35 por ciento del producto se ha reservado para la venta. De esta manera, el aceite con marca Galilea se distribuye en toda la Comunidad Autónoma de La Rioja, Madrid, Vitoria, San Sebastián y el Sur de Francia.



Etiqueta de Aceite Galilea

FICHA TÉCNICA DEL TRUJAL

Almazara elaboradora-ensambladora y comercializadora

Nombre: SAT Galilea

Año de constitución: 1998

Dirección: Camino de la Ermita s/n

Población: Galilea

Tel. 902 45 67 00 Fax. 941 21 44 65

E-mail: aceitegalilea@hotmail.com

Visitas guiadas: domingos de 12.00 a 14.00 horas

Número de usuarios: 600 olivicultores (390 varones y 210 mujeres)

Número de empleados: 3 eventuales (2 varones y 1 mujer)

MARCA COMERCIAL

Aceite de Galilea

Envasado en garrafas de PET de 5 litros, botellas PET de 2 litros, botellas de cristal de 750 ml y botellas de cristal de 500 ml.

PERFIL DE CATA

Características organolépticas: sabor afrutado y fresco, color amarillo-verde intenso y dorado, fuerte resistencia a la oxidación; olor suave y sutil, bajos índices de peróxidos y alta estabilidad.

No obstante, según miembros de la junta directiva del trujal, el porcentaje de aceite destinado a la comercialización aumentará en futuras campañas de forma paralela al incremento de la superficie destinada al olivar de la zona. Y es que la zona de actuación de la SAT Galilea, que va desde Alberite hasta Alcanadre y de Ribafrecha a Murillo del Río Leza, está siendo una de las más favorecidas en cuanto a plantación de olivos se refiere.

En cualquier caso e independientemente de la cantidad que se produzca, los socios de la almazara son conscientes que en la buena calidad de su producto representa un papel fundamental el sistema de elaboración del aceite.

APUESTA POR EL SISTEMA DE CENTRIFUGACIÓN

Tras estudiar los distintos sistemas de molturación de oliva y extracción de aceite, los socios no dudaron en adoptar el sistema continuo integral de dos fases, constituido por un molino de mar-

Últimas actualizaciones de la normativa sobre el etiquetado del aceite de oliva

tillos giratorios, dos decánter horizontales de dos fases y centrífuga vertical, al considerar que ofrece mayor rendimiento que el sistema tradicional y máxima garantía de calidad.

Otra de las razones que les llevó a tal decisión fue el sensible ahorro de agua en el proceso productivo de extracción del aceite. Una cantidad menor de agua a introducir en la molturación proporciona notables mejoras en la eficiencia del proceso, tanto en el ahorro de energía calorífica que se precisa para calentar un menor volumen de pasta, como en el menor volumen de residuos producidos, hasta el punto de ser denominado sistema continuo ecológico. Por otra parte, dichos residuos pueden ser reutilizados como materia prima de otras almazaras que extraen aceite de orujo de las aceitunas.

Para los técnicos especializados de la SAT Galilea, el sistema continuo integral también es el método más idóneo para la molturación de aceituna que tenga menor proporción de agua de constitución en la aceituna madura, aspecto bastante habitual en el tipo de variedades de oliva que se cultivan en la región.

CONTROL DE PUNTOS CRÍTICOS

Además, con el objeto de garantizar la máxima calidad del producto, SAT Galilea tiene instalado un sistema de control de puntos críticos. De esta manera, se puede analizar la trazabilidad alimentaria, asegurando la higiene y la calidad.

El sistema no sólo evalúa los puntos conflictivos en cada una de las fases de elaboración sino que también va acompañado por un programa de limpieza, desinfección y detector plaguicida.

Y es que, para los socios del trujal, estos avances tecnológicos han sido determinantes en el positivo desarrollo de SAT Galilea. Así, muestran su disposición a estar siempre al tanto de las mejoras en el sector para seguir elaborando aceite de oliva virgen extra. ●



La última actualización de la normativa sobre el etiquetado del aceite de oliva entró en vigor el pasado 1 de noviembre. La modificación del Reglamento (CE) 1019/2002 a través del nuevo Reglamento 1176/2003 de la Comisión Europea ha supuesto cambios substanciales en lo que respecta a la indicación de características organolépticas y fisicoquímicas del producto. A continuación, exponemos las novedades que aporta la actual normativa.

CUALIDADES FÍSICOQUÍMICAS

La indicación de la acidez libre en la etiqueta ya no es de carácter obligatorio y, ponerlo o no, queda a voluntad del fabricante. No obstante, si éste desea incluir dicho parámetro en la etiqueta, también deberá reflejar otra serie de indicadores, como el índice de peróxidos, K-232, K-270 y las ceras.

Respecto a los últimos parámetros citados, el índice de peróxidos máximo permitido es 20 meq O₂/Kg, K-232 será menor o igual que 2,50, K-270 será menor o igual que 0,20 y el máximo de ceras permitido es de 250 mg./Kg.

Por otra parte, el nuevo reglamento sigue obligando a informar sobre la categoría de aceite que contiene el envase.

CATEGORÍA DE LOS ACEITES

Sin embargo, la clasificación de aceites según su categoría ha cambiado notablemente, dejando tres categorías diferentes: aceite de oliva virgen extra, aceite de oliva

virgen y aceite de oliva virgen lampante. Así, el aceite de oliva virgen corriente ha pasado a ser directamente de categoría lampante y, por lo tanto, no apto para el consumo humano.

Además, la acidez libre máxima permitida para los vírgenes extra se ha rebajado dos décimas. Anteriormente, la máxima, expresada en ácido oleico, era de un grado y, actualmente, es de 0,8.

CUALIDADES ORGANOLÉPTICAS

Todo lo referente a la indicación de las características organolépticas del aceite en la etiqueta se ha pospuesto. Por el momento, no se podrá hacer referencia a las características de color, olfativas y gustativas del producto en la etiqueta.

DENOMINACIÓN DE PRENSADO EN FRÍO

Respecto a la denominación de prensado en frío, el reglamento introduce dos nuevas directrices. Por una parte, cuando el aceite se obtenga por el procedimiento de presión, se deberá indicar en la etiqueta *Presión en Frío*, siempre y cuando no se superen los 27 grados centígrados durante el proceso de molturación.

Por otra parte, si el aceite se obtiene mediante el sistema de centrifugación, la etiqueta reflejará *Extracción en Frío*. Para realizar esta indicación, en ningún caso podrán superarse los 27 grados centígrados en el proceso de molturación. ●

REFERENCIAS LEGISLATIVAS

Real Decreto 1334/1999 de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios

Se regula el etiquetado de los productos alimenticios destinados a ser entregados sin posterior transformación al consumidor final, así como a los aspectos relativos a su presentación y a la publicidad que se hace de ellos.

Reglamento (CE) 2568/1991 de la Comisión Europea

Este reglamento regula las características físicas y organolépticas de los aceites vírgenes a fin de garantizar su pureza y calidad. Trata también de fijar de manera uniforme en toda la Unión las características de los distintos aceites.

Reglamento (CE) 1513/2001 de la Comisión Europea

Regula las estrategias de comercialización con el objeto de mejorar la calidad del producto y vigilar el impacto medio ambiental. Además, se prevé un régimen de fomento para las organizaciones de agentes económicos que participen en programas de mejora y certificación de la calidad.

Reglamento (CE) 796/2002 de la Comisión Europea

Esta normativa supone una modificación parcial del reglamento de 1991. A través de ella, se fijan valores límite relativos a ceras, eritrodio, uvaol y alcoholes alifáticos totales en la composición del aceite.

Reglamento (CE) 1019/2002 de la Comisión Europea

Se regulan normas específicas de etiquetado que completan las establecidas en la Directiva 2000/13/CE del Parlamento y del Consejo.

Reglamento (CE) 1176/2003 de la Comisión Europea

Esta normativa supone una modificación parcial del Reglamento (CE) 1019/2002, al determinar que, en la etiqueta, no aparecerán determinadas características organolépticas relativas al sabor, aroma o color que realzan considerablemente el valor de los aceites de oliva vírgenes, puesto que no existe un método objetivo de análisis.

¿Sistema moderno o sistema tradicional?

Las almazaras riojanas que comercializan aceite con marca propia disponen en sus instalaciones del sistema de centrifugación

El nuevo sistema de elaboración del aceite ha sembrado la duda sobre la idoneidad de utilizar un sistema u otro para la consecución de un producto final de calidad. Actualmente, siete de los quince trujales que hay en La Rioja se decantan por el sistema moderno, adoptado también en la mayoría de las grandes zonas olivareras de España.

Los que prefieren el sistema moderno argumentan mayor higiene y garantía de calidad. Sin embargo, para los defensores del sistema tradicional, las prensas proporcionan un aceite más artesano y natural. Está claro que ambos ofrecen ventajas, pero no se deben olvidar los inconvenientes, que, en definitiva, determinan cuál es el sistema más adecuado para producir aceite de oliva virgen extra.



Empiedros que molturan la oliva en el sistema de prensas.

SISTEMA DE PRENSAS

El sistema tradicional, denominado también de prensas o discontinuo, consiste en la separación del aceite de la pasta molida y batida mediante el sistema de presión. Así, da lugar a tres fases diferentes: aceite, orujo y alpechín. El orujo supone la materia sólida y el alpechín, las aguas de vegetación de la oliva que son potencialmente contaminantes.

Como ventaja, el sistema tradicional requiere menor inversión en la compra de las máquinas. Además, la cultura de las prensas tiene todavía muchos arraigos culturales y sociales en zonas determinadas.

A la lista de inconvenientes se suman los elevados costos de mano de obra y de molturación,

la escasa garantía de higiene y limpieza en la zona de molturación así como en los materiales de contacto y la falta de compromiso con el medio ambiente al generarse los temidos alpechines. Todas estas desventajas repercuten negativamente en la calidad del producto, dejando un aceite de deficientes cualidades.

SISTEMA DE CENTRIFUGACIÓN

Frente a las prensas tradicionales, encontramos el sistema moderno, también llamado de centrifugación o continuo.

Mediante éste, se procede a la separación del aceite de la pasta molida y batida a través del sistema de fuerza centrífuga, centrífugas horizontales o decánters. Dicho sistema ofrece dos variantes: el sistema de tres fases, que son aceite, orujo y alpechín; y el de dos, que se resumen en aceite y alperujo, mezcla este último de orujo y alpechín.

De entre las ventajas que presenta el sistema moderno, se

encuentran menores costos de mano de obra y en la molturación de la oliva, garantía del estado de higiene y limpieza en la zona de molturación y en los materiales de contacto, además de ser un sistema respetuoso con el medio ambiente. El resultado es un aceite de óptimas cualidades físicas y organolépticas. El hándicap es tener que realizar una mayor inversión en maquinaria.

EL FUTURO, EL SISTEMA DE CENTRIFUGACIÓN

Es importante aclarar que ambos sistemas extraen el aceite por medios mecánicos, sin ningún tipo de componente químico, ya que es la única manera de obtener aceite de oliva virgen extra, el zumo fresco de la aceituna.

Sin embargo, la gran mayoría de grandes y pequeñas almazaras del país se han decantado por el sistema moderno, dejando al tradicional en cauce de desaparición total.

En La Rioja, la mitad de los trujales han optado por el sistema de centrifugación y, no es casualidad que todos ellos comercialicen con marca propia aceites de oliva virgen extra, reconocidos y galardonados en el panorama nacional e internacional con los premios más prestigiosos.

Tan sólo un número reducido de trujales se resisten a abandonar el sistema de prensas, debido fundamentalmente a arraigos culturales muy marcados y ancestrales. Estas almazaras están abocadas a la desaparición si no acatan un cambio radical en su sistema de elaboración del aceite.



Maquinaria de una de las almazaras que tienen instalado el sistema continuo integral