

ORO VERDE DE ALMERÍA

Finaliza una nueva campaña oleícola. Huele a aceite nuevo en nuestros pueblos. Un año más, nuestro oro verde de oliva virgen extra es cada vez más apreciado dentro y fuera de nuestras fronteras debido a su apuesta por la producción ecológica y su alta calidad. Detrás de esta industria hay verdaderos maestros.

MIGUEL BLANCO
FOTOS: ARCHIVO

La provincia de Almería no destaca por su producción de aceite de oliva en cantidad, pero sí en calidad. Con propuestas de producción ecológica, de cosecha temprana, y recuperando en ocasiones cultivos tradicionales que estaban cayendo en el olvido, el aceite de oliva virgen extra almeriense es apreciado dentro y fuera de nuestro país y recibe cada año premios y reconocimientos de todo tipo. Este año, las perspectivas eran poco optimistas, con la pandemia cortando varias vías de venta tradicionales. Pero, finalmente, lo que se ha dejado de vender en el canal de la hostelería, debido a las restricciones horarias y cierres de bares y restaurantes, se ha compensado con el aumento de las ventas online para particulares, así como de las exportaciones.

Y es que en Almería se produce aceite en almazaras que llevan años apostando por la producción ecológica, por elaborar el mejor aceite virgen extra, con la menor acidez, de variedades como picual, arbequina y hojiblanca, pero también de variedades centenarias autóctonas y mezclas que aportan lo mejor de cada una. Incluso se están especializando en la producción de aceites de primera prensada en frío, de aceitunas aun verdes, en tiradas limitadas que cada vez tienen más tirón entre los consumidores, que agotan las botellas al poco de ponerse a la venta cada año.

Así, marcas como Oro del Desierto, Castillo de Tabernas, la Almazara de Lubrín, Laujaroliva, Los Vergeles de Moraila, la Almazara de Canjáyar o Labrucena son cada vez más habituales en las casas de Almería pero también en las de ciudades como Madrid o Barcelona, donde algunas de estas marcas almerienses tienen presencia en tiendas físicas, y en países como Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Alemania, China o Japón, entre otros, donde las marcas que apuestan

por la producción ecológica llevan años siendo referentes mundiales en aceite de oliva de calidad gourmet.

BUENA COSECHA PERO MALOS PRECIOS

Este año, la cosecha ha sido mejor de lo esperado y, según los responsables de las principales almazaras almerienses, de muy alta calidad. El problema es el de los canales de distribución cerrados por la pandemia de Covid-19, que está afectando sobre todo a las empresas que distribuyen a bares y restaurantes pero no tanto a las que dependen más de las ventas a particulares o de las exportaciones. En estos dos casos, las ventas han ido creciendo a lo largo del último año, compensando la caída del canal hostelero, y se espera que así continúe. Otro factor que preocupa a algunos de los productores de aceite de oliva almerienses y andaluces en general es el de la caída de precios. La campaña ha comenzado con tarifas más bajas de lo que se esperaba, algo que están notando especialmente los exportadores a granel, que tienen que colocar el producto en menos tiempo y no tienen tanto margen para almacenar. Sin embargo, sí se ha notado que la diferencia de precio entre el aceite de oliva virgen extra y los 'normales' se ha ampliado, lo que premia a quienes apuestan por la calidad por encima de la cantidad.

La organización UPA Andalucía ha señalado ya que no hay motivos para que los precios se sitúen por debajo de los costes de producción,

ya que la alta demanda y el consumo mundial indican que todo el aceite se acabará vendiendo. A finales de diciembre, el acumulado de aceite producido en Andalucía era de 545.984 toneladas. La previsión es que en toda España se llegue al final de campaña a los 1,5 millones de toneladas. El consumo esperado en todo el mundo es de más de 3 millones de toneladas.

A continuación, seis productores almeriense de aceite de oliva analizan el inicio de campaña en la provincia. ■



Aránzazu Martín / Delegada de Agricultura Junta de Andalucía

«Almería no es una gran productora en cantidad de aceite pero sí en calidad»

¿Cuáles son las principales características del aceite de oliva que se produce en Almería, qué destaca de él?

Los aceites que principalmente se producen en esta provincia son el picual y el arbequina, y cada variedad cuenta con características definidas. Los aceites picual cuentan con un picor y amargor que les confieren un carácter maduro, empleándose preferiblemente para estofados, ensaladas y fritos.

La principal característica del aceite arbequina es que es un aceite dulce, es decir, no tiene ningún regusto amargo. Algún aceite de arbequina puede picar en garganta, indicando simplemente que es fresco. En general, el aceite arbequina es el adecuado para quien busca un aceite de oliva virgen extra de sabor suave.

Almería, dentro del contexto de Andalucía, no es una gran productora en cantidad de aceite pero sí lo es en calidad. Debido al momento de la recolección, así como a los procesos de obtención de aceite que hay implantados, la gran mayoría del aceite que obtenemos es virgen extra.

También es importante destacar el aceite ecológico de esta provincia. En las últimas campañas se está viendo un incremento de producción de aceite de oliva ecológico en consonancia con la evolución de este tipo de agricultura en esta provincia.

¿Dónde se vende principalmente, en el mercado local, nacional o internacional?

La gran mayoría de nuestro aceite se vende en el mercado nacional, pero cada vez está ganando más importancia en los mercados interna-

cinales, como puede ser Inglaterra, o países miembros de la UE como Italia.

¿Cómo se espera que sea la campaña actual?

La campaña 2020/2021 ha sido algo inferior a la anterior, aproximadamente en un 10-15%. Esto se puede deber a que la campaña anterior se caracterizó por una gran producción y el olivo es muy vecero, además de que en los meses de la floración las condiciones climáticas no fueron las más propicias para el cuajado del fruto.

¿Qué perspectivas de crecimiento tiene el sector del aceite de oliva a medio plazo en nuestra provincia?

Las perspectivas de crecimiento van asociadas sin duda alguna a la disponibilidad de agua, estamos en una provincia donde se puede desarrollar muy bien el olivar pero siendo apoyado por el agua de riego.

¿Hay previstas medidas desde la Consejería de Agricultura para impulsar el sector?

Actualmente esta Consejería tiene abierta una línea de ayudas para apoyar las inversiones materiales e inmateriales en transformación, comercialización o desarrollo de productos agrícolas en el sector del olivar.

El olivar es uno de los agrosistemas más representativos de la comunidad autónoma de Andalucía. El olivar tiene gran importancia en la generación de empleo y renta, razón por la cual en el PDR de Andalucía se le dedica un subprograma temático que aglutina el apoyo prestado al sector desde la Administración.



Rafael Alonso

Oro del Desierto

«Nosotros buscamos siempre la cosecha temprana, la máxima calidad del fruto, no tanto el rendimiento graso», explica a Foco Sur Rafael Alonso Barrau, director comercial de Oro del Desierto. Este año, asegura que «en calidad es una campaña excepcional, con unos frutos muy sanos, y en cantidad, mejor de lo esperado porque las previsiones eran malas». Como marca que exporta más de la mitad de su producción a países como Estados Unidos, China, Japón, Suecia, Alemania, Reino Unido, Canadá o Corea del Sur, y con un fuerte canal de venta online, la pandemia no solo no les ha restado ventas, sino que estas han aumentado.



Así, solo en venta online, antes de finalizar 2020, «hemos facturado muchísimo, 130.000 euros, más de un 13% de la venta nacional», confirma Alonso, que añade que, sumando las ventas totales, «ya hemos facturado más que el año anterior». Asimismo, la campaña ha arrancado fuerte, reconoce Alonso, que señala que «este noviembre ha sido el mes que más hemos vendido en nuestra historia, así que no nos podemos quejar».

Además de su amplia y premiada gama de aceites ecológicos, este año han logrado mejorar la variedad limitada Origen, que comenzaron a producir hace tres años. Se trata de aceite especial elaborado a partir de «una variedad local tradicional, picual de Almería, que se cultiva mucho en Abruca y en Abila», de olivos centenarios y que estaba «casi abandonada», cuenta Rafael Alonso, que explica que ellos sacan 2.000 botellas a partir de aceituna cultivada en ecológico por agricultores de Tabernas.

Rafael García

Almazara de Lubrín

«A raíz de la pandemia, tuvimos un parón de ventas bastante grande, porque la restauración cerró», cuenta Rafael García, gerente de la Almazara de Lubrín, «pero una vez pasado el primer mes, como la gente tiene que comer, empezaron a llegarnos pedidos por la página web». Así, la caída de las ventas en el canal de la hostelería se ha visto compensada con un fuerte aumento de ventas a particulares vía online, como ha sucedido en otros sectores.

La pandemia ha provocado asimismo que se tengan que adaptar a la nueva demanda de monodosis para la hostelería, obligatorias desde que



finalizó el confinamiento. «Para una empresa pequeña como nosotros, el llenado de esas monodosis nos complica un poco la vida», asegura el gerente de la Almazara de Lubrín, ya que, aunque hay máquinas para facilitar la tarea, la incertidumbre respecto al futuro de las monodosis en la hostelería hace que sean reticentes a realizar una inversión de ese calibre.

Respecto a la campaña actual, aunque eran pesimistas al inicio y esperaban una

bajada en la cantidad de aceituna, al final «nos hemos sorprendido, nos pusimos unos objetivos y los hemos superado con creces», asegura Rafael García.

Esta temporada, como llevan haciendo en los últimos años, destacan de su producción el aceite Green Gourmet, de aceituna picual, «un aceite que no filtramos, solo decantamos, que se coge en el mes de octubre con la aceituna totalmente verde, para sacar un aceite diferente», que está teniendo mucha aceptación.



Manuel Calvache Almazara de Canjáyar

«Este año hay menos cosecha en Almería, entre un 30% y un 40% menos», asegura Manuel Calvache, gerente de la Almazara de Canjáyar, aunque «la calidad se ve buena». Calvache apunta también que el rendimiento es menor también, lo que implica que habrá menos aceite en esta campaña.

El gerente de la Almazara de Canjáyar considera que «Almería no cuenta en el mercado, porque tiene muy poco aceite». Asimismo, señala que «este año los precios han comenzado a oscilar mucho y se están viendo diferencias entre los vírgenes extra y los vírgenes, cuando antes había

10 céntimos de diferencia como máximo. Ahora se está pagando bastante más a los vírgenes extra, a pesar de que hay mucha cosecha en Jaén y Córdoba».

Calvache reivindica el aceite de Almería y, en concreto, de su marca destaca que es «de los aceites que se ven en las casas de la gente» a pesar de que «es el más caro de los aceites de consumo que se venden». Un aceite que traspasa las fronteras provinciales, ya que en su tienda online venden en provincias como Madrid y

Barcelona, así como en el norte de España.

Este año han presentado el aceite 'extra cool', «que está hecho con aceitunas muy verdes, en frío y muy rápido desde que se recogen», cuenta Calvache, que asegura que el aceite se extrae en un máximo de cuatro horas desde que se recoge la aceituna. «Es un aceite muy especial, de alta gama, un coupage de picual y arbequina, de un color verde, un sabor y un aroma muy especiales», destaca el gerente.



Rafael Úbeda Castillo de Tabernas

«Las ventas en tiendas y online han aumentado bastante en el último trimestre del año por el consumo de Navidad y fin de año», asegura Rafael Úbeda, presidente de Castillo de Tabernas, que destaca que «cada vez más los consumidores están comiendo en casa y son conscientes de que tienen que alimentarse mejor, porque la buena alimentación es salud, y buscan productos saludables, con una garantía de que son de alta calidad». Este aumento de ventas directas compensa la caída en el sector de la hostelería, en el que «con las restricciones de horarios y la supresión de comidas de Navidad, las ventas han bajado».

Úbeda destaca la calidad de este año: «Todo lo que hemos obtenido es aceite de oliva premium, con 0,1º de acidez natural». Una calidad que, asegura, ha hecho que Castillo de Tabernas sea «uno de los principales productores a nivel internacional de aceite de oliva virgen extra gourmet con producción propia».

Este año, continúa el presidente de Castillo de Tabernas, «estamos potenciando nuestro aceite sin filtrar, Green Olive, compuesto por picual y arbequina de

nuestras fincas, con un sabor y aroma muy afrutados». Asimismo, están fomentando el consumo de aceite de oliva en el desayuno, recuperando la historia de la 'tostada del Desierto', con AOVE y miel, y la 'tostada Almería', de AOVE y tomate restregado. Esto, tras promocionar para estas pasadas navidades un plato saludable almeriense, «tómame Raf con nuestro aceite sin filtrar, un plato comparable con cualquiera de los mejores que se puedan servir en Navidad, y saludable».



Charo Martín Alpuoliva

«El aceite está saliendo espectacular este año, porque la aceituna no se ha picado nada», destaca Charo Martín, gerente de Alpuoliva, que cuenta que han compensado la bajada de cosecha gracias que se han incorporado «muchos agricultores nuevos este año».

Con la campaña a punto de finalizar, las expectativas son muy buenas. «Nosotros vendemos a nivel nacional, directamente al cliente particular», detalla Charo Martín. Esta base de clientes se ha forjado gracias a años de salir a hacer degustaciones en autobuses a hoteles de zonas turísticas de la provincia. «A la gente le gusta y les mandamos las cajas

directamente a casa», asegura Martín.

La gerente de esta almanara de Laujar de Andarax, cuyo aceite se vende con la marca Laujaroliva, asegura que «está teniendo mucha salida el aceite sin filtrar, llevamos dos años haciéndolo y tiene muy buena aceptación, es puro zumo de aceituna». Asimismo, cuenta que «desde este año estamos trabajando en unas gasolineras Repsol de Almería y Granada y está teniendo mucha aceptación».

En el lado negativo, la caída de precios, que no terminan de remontar. «Llevamos tres campañas con precios de pena, no llegamos a los costes de producción», asegura Martín, que añade que «el granel está tirado por los suelos». Entre las causas, apunta a «todo lo que se está exportando de Túnez y Marruecos», con menos costes y control, como sucede en el resto de la agricultura. «No valoramos lo que tenemos», se lamenta. Y añade que al menos ahora está empezando a remontar el virgen extra, aunque sea poco a poco.



María Jiménez Los Vergeles de Moraila

«A nosotros no nos está yendo mal del todo, pero las expectativas son de aceite barato, porque el mercado está regular, está bajo de precio», explica a Foco Sur María Jiménez, gerente de Los Vergeles de Moraila. Esta empresa está especializada en la venta a granel para exportación. «Sobre todo se lo llevan los italianos», detalla, y «nuestra marca envasada la vendemos en centros comerciales y la exportamos también a varios clientes franceses e ingleses, a empresas de allí». Así, a exportación dedican el 90% de la producción, «si no, no habría forma de sobrevivir», cuenta Jiménez.

Los bajos precios son a nivel mundial, asegura la gerente de Los Vergeles de Moraila, que cuenta que «así es como está el mercado», con los precios cayendo a causa del clima y la demanda, así como por efecto de la pandemia. En cualquier caso, añade, en Los Vergeles de Moraila mueven «muchos kilos y hay que venderlo, no lo puedes dejar ahí, así que el precio que hay tienes que acatarlo». Aunque, añade, «se puede guardar algo a ver

si sube un poco el resto del año, si hay algún cambio».

La pandemia les ha afectado asimismo a la hora de vender su propia marca, ya que en provincias que han tenido muchas restricciones, como por ejemplo Barcelona, «ahora apenas se vende». Y, de la misma manera, ha estado tiempo sin poder vender en la almazara ya que no había circulación entre municipios. En cualquier caso, asegura que «en aceite de oliva, lo que no se venda envasado lo vendes a granel sin problemas. Y antes de que se lo lleven te lo están pagando».



Las cifras: alta calidad

En producción de aceite de oliva, la provincia de Almería está a la cola de Andalucía, aunque lo que se produce es de muy alta calidad, con varias empresas dedicadas a la elaboración de aceites ecológicos con una gran aceptación entre los consumidores, tanto en nuestra país como fuera de este.

Según el 'Informe final de campaña del sector del aceite en Andalucía 2018/2019', publicado el año pasado, Almería era la última provincia andaluza en superficie dedicada al olivar de Almazara, con 21.501 hectáreas en 2018. Las siguientes son Cádiz, con más de 26.000 hectáreas, y Huelva, que apenas supera las 33.000. En cabeza, Jaén, con 584.587 hectáreas; Córdoba, con 356.793; y Sevilla, con 253.278. Málaga, con más de 135.000, y Granada, que supera las 198.500, completan el mapa de extensión de olivar de almazara en la comunidad autónoma. Según SIGPAC, en Andalucía había en 2020 1.622.751 hectáreas de olivar, cifra que supone el 61,5% del olivar nacional y cerca del 14% de la superficie mundial. De esta cantidad, 1.514.868 hectáreas están dedicadas al olivar de almazara.

En cuanto a la producción de aceite de oliva, Andalucía obtuvo durante la campaña 2018/19 1.464.286 toneladas, el 81,7% de la producción nacional y el 46,8% de la mundial. Por provincias, Jaén lidera con 667.855 toneladas (el 45,6% del aceite andaluz), seguida por Córdoba, con más de 336.000 toneladas; Granada, con cerca de 160.000; Sevilla, con más de 149.600; Málaga, que supera los 86.600; Cádiz, con 12.470; Almería, que produjo 11.991 toneladas; y Huelva, con más de 9.400.

De esta producción, Andalucía exportó en esa campaña 780.905 toneladas, que representan el 75,6% de las exportaciones nacionales de aceite de oliva realizadas en esa misma campaña.



Rutas del aceite en Almería

Con la cosecha de aceite recién salida en las almazaras de la provincia, es buena época para hacer rutas que, además de para admirar la geografía y patrimonio almerienses, sirvan para hacer acopio de garrafas para los próximos meses. Así, se pueden recorrer los pueblos del Andarax, la comarca de Filabres-Alhamilla, la del Valle del Almanzora y la del Nacimiento, aprovechando para ir parando en las diversas almazaras, algunas de las cuales, además, permiten la visita, con rutas guiadas y catas.

Recorriendo el Andarax, encontramos marcas como la Almazara de Canjáyar, que funciona desde hace ya 25 años; la Almazara de la Vega del Andarax, también en Canjáyar y con más de 20 años de historia; Alpuoliva, en Laujar de Andarax, una almazara familiar que vende bajo la marca Laujaroliva; y Flor de Oliva y Aceites de Alcolea, ambas en esta localidad.

Por las sierras de Filabres y Alhamilla hay también productos de primera reconocidos incluso a nivel internacional. Así, en Tabernas se puede visitar Los Albardinales, la almazara 100% ecológica donde se produce el galardonado Oro del Desierto; Castillo de Tabernas, con aceites de calidad certificada por su baja acidez; y Los Vergeles de Moraila. Avanzando por la sierra, en Uleila encontramos la almazara Campos de Uleila; y en Lubrín, la Almazara de Lubrín, una de las veteranas de la provincia, con más de 30 años de historia.

En la comarca del Almanzora podemos degustar y adquirir una gran variedad de aceites, como La Zalea, en Serón, Tijoliva, en Tijola, Almazara Cucurull, en Purchena, Aceite Valle del Almanzora, en Albox, y Oleo Almanzora, en Pulpí.

Y en Nacimiento, Fiñaloliva, en Fiñana, y Labrucena, en Abrucena, son también marcas que producen aceites de gran calidad.

LA BRÚJULA

ACTUALIDAD, INFORMACIÓN Y ANÁLISIS

CON EL ESTILO Y LA CREDIBILIDAD DE
JUAN RAMÓN LUCAS

**LUNES A VIERNES
DE 20:00H A 23:30H**

105.2 FM/1341 OM ALMERÍA - 106.1 FM ROQUETAS DE MAR
91.3 FM EL EJIDO - 102.2 FM VELEZ RUBIO



TU RADIO

