

FERNANDO MUÑOZ, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE EXTRACTORES DE ORUJO

“Somos el patito feo y a algunos les encanta asignarnos ese papel”

Las 1.800 almazaras que en este momento hay en España generan en cada campaña entre 6,5 y 7 millones de toneladas de subproductos de la aceituna, que el sector de extracción de aceite de orujo se encarga de poner en valor. “Si nosotros no los valorizáramos serían residuos y no subproductos. Hacemos el trabajo menos reconocido pero imprescindible para el sector olivarero y realizamos además una importante labor medioambiental”

E

n estas primeras frases puede resumirse el mensaje que J. Fernando Muñoz, presidente de ANEO –Asociación Nacional de Extractores de Aceite de Orujo– quiere transmitir a nuestra revista.

ANEO se constituyó en 1977, al desmembrarse el sindicato vertical. Estuvo durante varios años integrada en FIODE –Federación de Industrias Oleícolas de España–, junto a los refinadores (ANRA) y los extractores de aceite de girasol (ADEIN-SO). Más tarde, pasó a compartir instalaciones con la nueva ANIERAC y ASOLIVA. Después, en Sevilla, con ASEOGRA, hasta que en 2011 se he



60 EMPRESAS SE DEDICAN EN ESPAÑA A LA EXTRACCIÓN DE ACEITE DE ORUJO

80% DE LOS EXTRACTORES DE ACEITE DE ORUJO SE ENCUENTRAN EN ANDALUCÍA

20 MIL BOTELLAS SE COMERCIALIZAN CADA AÑO

100 MIL TM DE ACEITE CRUDO SE OBTIENEN POR CAMPAÑA

independizado por completo, montando sus propias oficinas y equipo de gestión con el objetivo inmediato de reivindicar la importancia del sector extractor y fomentar el consumo alimentario del aceite de orujo de oliva.

Sesenta empresas, el 80% de ellas en Andalucía, se dedican a la extracción del aceite de orujo. Del total, el 80% a de las mismas están integradas en ANEO.

La “mala prensa” del aceite de orujo

La caída en picado de las ventas del aceite de orujo de oliva fue con-

secuencia de la alerta alimentaria lanzada por el Ministerio de Sanidad en 2001, que denunciaba una supuesta presencia excesiva de benzopirenos en su composición. Posteriormente, los informes científicos independientes y la misma Justicia dieron la razón a los extractores de orujo. La presencia de benzopirenos era mínima, casi insignificante, y el aceite era perfectamente válido para el consumo humano. Pero el daño ya estaba hecho. Pero lo peor para ANEO y la industria extractora es que han vuelto a surgir los comentarios sobre la posible utilización del aceite de orujo en exclusiva para la



Fernando Muñoz, presidente de Aneo (en la página anterior) estuvo el pasado marzo en Madrid junto a Joaquín López, el nuevo director de la asociación, en la sede de Sevilla (en esta página). Las empresas de extracción de orujo, como la que aparece en la fotografía (San Miguel Arcángel) juegan un papel muy importante en la industria de aceite, y así quiere destacarlo la resucitada asociación.

obtención de biodiésel. Esta posibilidad ha hecho saltar las alarmas en ANEO, que se ha puesto a trabajar de inmediato en una campaña para recuperar la imagen positiva del aceite de orujo de oliva entre los consumidores. Uno de sus objetivos inmediatos es recuperar "su sitio" como organización empresarial, perdido a raíz de la crisis del 2001 "por olvido de la Administración y de los propios compañeros del sector, que pensaban -nos dice el presidente- que el mal de unos sería ventajoso para otros, aunque nada más lejos de la realidad". ANEO se ha puesto en marcha para ingresar en el Patrimonio Comunal Olivarero, "donde el sector no tuvo voluntad de que estuviéramos", comenta con un deje de amargura Fernando Muñoz.

Además del debido reconocimiento de su trabajo por parte de la Admi-

nistración y del resto del sector, y del conocimiento y aceptación del producto por parte de los consumidores, por otro lado, ANEO trata de obtener para sus asociados las ayudas necesarias para reubicar algunas de las industrias extractoras, que han quedado con el paso del tiempo muy cerca de cascos urbanos, así como



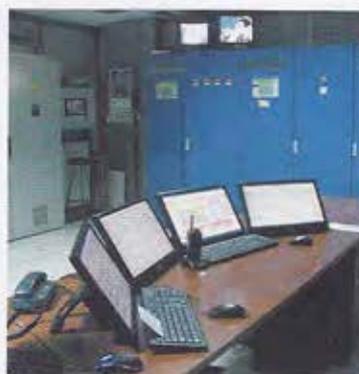
para la renovación tecnológica de las instalaciones.

Información y promoción

ANEJO prepara ya una importante campaña de información y promoción del aceite de orujo de oliva para fomentar su consumo en España. "Está dentro de la clasificación del aceite de oliva, junto a los vírgenes y lampantes. Químicamente es aceite de oliva y hay un estudio de la Universidad de Granada que asegura es el mejor cardioprotector. Además, otros estudios avalan su idoneidad para el consumo y sus beneficios para la salud". Estos son los argumentos de la asociación expresados por su presidente, que añade: "para frituras es el mejor".

El aceite de orujo de oliva se encuentra en el lineal de los comercios de alimentación junto a las res-

"EL ORUJO ESTÁ DENTRO DE LA CLASIFICACIÓN DEL ACEITE DE OLIVA, JUNTO A LOS VÍRGENES Y LAMPANTES; QUÍMICAMENTE ES ACEITE DE OLIVA Y LOS ESTUDIOS AVALAN SUS BENEFICIOS PARA LA SALUD"



Mediante la deshidratación del orujo de oliva y el posterior proceso de extracción, las industrias del sector obtienen aceite y biomasa, muy apreciada como combustible para la actividad industrial y, como comenta Fernando Muñoz, para la cogeneración eléctrica.

“¿QUIÉN PUEDE PENSAR QUE COMERCIALIZANDO TREINTA O CUARENTA MIL BOTELLAS DE ACEITE DE ORUJO SE PUEDE HACER LA COMPETENCIA A 1.500.000 TM DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN QUE PUEDEN PONERSE EN EL MERCADO EN CADA CAMPAÑA?”



tantes categorías y tipos de aceites. Hasta la crisis del 2001 se vendían anualmente unas 50.000 botellas. A partir de entonces la cifra ha bajado a unas 20.000 botellas. “Es el más interesante desde el punto de vista comercial y el que aporta mayor valor añadido y rentabilidad. Por precio entra muy bien en los países árabes y en Sudamérica. Ha sido el mejor introductor del aceite de oliva en muchos países por su ajustada relación precio calidad, muy competitiva, y ha dado pie a que se conocieran las otras clases”.

No hacemos la competencia al aceite de oliva virgen

“¿Quién puede pensar que comercializando treinta o cuarenta mil botellas de aceite de orujo se puede hacer la competencia a 1.500.000 Tm

de aceite de oliva virgen que puede ponerse en el mercado en cada campaña? Con relación al consumo total de aceites vegetales en el mundo, el aceite de oliva virgen representa apenas el 2,5%. Aún queda una cuota de mercado del 97,5% por conquistar. ¿Es el aceite de orujo el culpable de los excedentes de aceite de oliva virgen? En absoluto. Todo lo contrario. Actualmente, la mayor parte del aceite de orujo que se produce está destinado a la exportación. España nunca ha sabido vender aceite y es muy fácil echar la culpa a otros. Somos el patito feo del sector y a algunos les encanta asignarnos ese papel”. Duro alegato del presidente de ANEO.

Mediante la deshidratación del orujo de oliva y el posterior proceso de extracción, las industrias del sec-

tor obtienen aceite y biomasa, muy apreciada como combustible para la actividad industrial, la calefacción doméstica y, sobre todo, para la cogeneración eléctrica.

En una campaña regular se obtienen en torno a 100.000 Tm de aceite de orujo crudo que, una vez pasado por las refinerías, se convierte en unas 80.000 Tm de aceite de orujo refinado, listo para embotellar una vez encabezado con una cierta proporción de virgen.

“Para que una botella de virgen extra esté en una tienda gourmet, es necesario que alguien gestione el alperujo de la almazara. Esa es la percepción que debe tener el sector para nuestro trabajo, poco reconocido pero imprescindible. ¿O es que nadie se pregunta dónde va a para el residuo de la aceituna?”. ●