

Marqués de Valdueza de aceite de oliva



TEXTOS: Nieves Ortega

siglos de actividad olivarera

se une al proyecto **virgen extra** de pago

En Perales de Miraflores, en una finca al sur oeste de España en las proximidades de Mérida, tiene la familia Álvarez de Toledo y Urquijo más de 200 hectáreas de olivar que, tras la renovación de sus sistemas de cultivo y producción, han conseguido producir uno de los aceites más exquisitos de los últimos tiempos: Marqués de Valdueza.

Aunque la tradición olivarera de la familia Marqués de Valdueza viene de varias generaciones atrás, desde hace quince años es cuando se produce la gran apuesta de futuro por los aceites de oliva de calidad y por supuesto con categoría suficiente como para haber entrado en el selecto club de los Grandes Pagos del Olivar.

Alonso Alvarez de Toledo y Urquijo junto con su hijo Fadrique han sido en los últimos dos años los artífices de que el mercado español cuente con una nueva marca de aceite virgen extra, que principalmente está enfocado a los canales más selectos en la comercialización.

TRAZABILIDAD SE UNE A CALIDAD

Mejorar el cultivo del olivar en unas fincas que, a lo largo del tiempo se habían mantenido por tradición, pero sin interés comer-



cializador, fue el primer paso que Alonso Álvarez de Toledo y Urquijo adoptó con un proyecto donde ya se hablaba de mejora del cultivo, de mejora de las calidades y por supuesto de utilizar las nuevas herramientas del marketing en la comercialización, con una marca propia.

Para ello, las primeras actuaciones que se iniciaron hace nueve años contaron con el asesoramiento y apoyo de Miguel Pastor, que marcó las pautas a seguir y que consistieron principalmente en cambiar el marco de plantación de los nuevos olivos, reestructurar y sanear los viejos olivos, introducir un sistema de riego por goteo y, al mismo tiempo incorporar nuevas variedades de olivos, como la Arbequina y la Hojiblanca que, junto a la tradicional variedad extremeña Morisca y Picual posibilita la creación de un marco idóneo de cara a conseguir un excelente “coupage” de aceite de oliva virgen extra.

Tras sentar las bases de un buen cultivo del olivar llegó el momento de renovar e invertir en la obtención de un aceite virgen extra de calidad. Así, la antigua almazara que ya estaba dentro de la finca, sufre una completa renovación, introduciendo la última tecnología en maquinaria para obtener la mejor calidad, tanto en el proceso de producción como de almacenamiento. Concretamente, y conscientes de que un buen almacenamiento es básico para asegurar el mantenimiento de la calidad obtenida en la aceituna, la bodega ha sido diseñada para que el aceite de oliva no se vea afectado a lo largo del año por ningún factor externo, siendo capaz de

mantener una temperatura uniforme a lo largo del año.

PÚBLICO SELECTO

Pero no todos los aceites que se producen en la finca del Marqués de Valdeuzza pueden ser etiquetados como aceite de pago.

De hecho, en la actualidad el volumen de aceite virgen extra que se elabora con este marchamo de calidad no supera los 25.000 litros.



Fadrique Álvarez de Toledo, gerente del proyecto Marqués de Valdeuzza

Y es que no ha sido fácil elaborar el aceite de oliva virgen extra que tuviese ese perfil con las características organolépticas propias como para definirlo como un “Marqués de Valdeuzza”. Este logro no hubiese sido posible sin la colaboración y experiencia aportada por Cristino Lobillo, miembro de la Academia Española de Gastronomía y Doctor en Químicas, que ha

trabajado desde el principio en este proyecto, aportando sus conocimientos y su buen hacer a la hora de llevar a cabo este excelente coupage de los aceites de la finca.

Y es que el hecho de que la recogida de la aceituna se lleve a cabo muy temprano, en las primeras semanas de la campaña, unido a una molturación rápida y en frío hace que las características organolépticas de estos aceites se caractericen por su alto índice de frutado, con unos aromas intensos a zumo de fruta fresca.

COMERCIALIZACIÓN

A la hora de hablar de la comercialización, la tarea no es fácil. En palabras de Fadrique Álvarez de Toledo, “hasta la fecha los resultados están siendo satisfactorios, pero somos conscientes de que este proyecto es un trabajo del día a día con proyección de futuro. De momento, hemos entrado en mercados muy selectos de Japón, Canadá, Estados Unidos o Hong Kong, de los que nos sentimos muy satisfechos. Aunque también estamos presentes en países de ámbito europeo como Alemania, Inglaterra, Suecia, Bélgica o Austria.

En el reto de avanzar en la comercialización, a finales del pasado año firmaron su

adhesión con la Asociación Grandes Pagos del Olivar, en la línea de estar en el club de los aceites de oliva virgen extra más selectos.

Fadrique Álvarez opina que estar en esta asociación les va a ayudar a transmitir ese mensaje de calidad y de diferenciación que quieren para sus mejores aceites, en la misma línea que se ha hecho con el vino.