



ACEITE-VIDRIO



Los hábitos alimentarios de los pueblos son parte fundamental de la cultura de cada uno de ellos.

Pero el aceite de oliva, su sabor, su aroma y su color dorado significan mucho más que un simple gesto gastronómico.

¿Qué mejor presentación para este producto tan nuestro, que el envase de vidrio?

Por su transparencia, su higiene y su versatilidad en las formas, el vidrio es una "segunda piel" para este regalo de la naturaleza, que es el aceite de oliva.

Juntos pueden conquistar los mercados y paladares más variados.

La calidad del aceite de oliva y el prestigio incomparable del vidrio, una simbiosis perfecta.

Centro del Envase de Vidrio







1 El Aceite de Oliva

- Una mirada atrás 8
- Un producto sano y natural 10
- Entroncado con la economía... 12
- ... Y con el entorno 15



2 El Envase de Vidrio

- Una historia singular 18
- Cómo se fabrica 19
- Vidrio: El envase ideal... 20
- ... Que es reciclable... 24
- ... Y se recicla 26
- Por delante de la Ley 27



3 Alianza Aceite-Vidrio

- El prestigio del envase de vidrio... 30
- ... Unido a un producto con solera 33
- Clave para la exportación 37

4 Haciendo Balance



Introducción

La sociedad occidental de la década de los sesenta, experimentó un boom económico y despertó a un mundo nuevo, urbano, moderno. Desde entonces, el hombre está sometido a las tensiones diarias, que impone el sistema de trabajo, cada día más competitivo.

Nuestro modo de vida nos impide mirar a nuestro alrededor, nos ha alejado cada vez más de la naturaleza y ha provocado la pérdida de una parte de nuestros hábitos tradicionales, entre el que destacamos por encima de todo, el alimentario.

Sin embargo, el hombre de hoy, a las puertas del tercer milenio, ha vuelto su mirada a las formas de vida sana, en contacto con la naturaleza y el entorno que le rodea. Esta nueva tendencia, que podría definirse como "corriente alternativa" muestra una gran preocupación por descubrir cuál es la mejor forma en que puede nutrirse el ser humano.

Las raíces de esta preocupación se encuentran fundamentalmente en la incidencia negativa de las enfermedades cardiovasculares en los países desarrollados, en los casos de muerte por episodios cardíacos, y en una creciente preocupación estética.

Esta preocupación ha calado profundamente en el público en general, y de forma muy especial entre los habitantes de las ciudades, y la atención general se ha volcado en la "dieta mediterránea", redescubierta entre diversos sectores como la dieta más sana y adecuada.

El aceite de oliva, ingrediente básico de la cocina meridional, se ha convertido en protagonista principal y su consumo se ha disparado espectacularmente.







1 El *Aceite de Oliva*





1 El Aceite de Oliva

Una mirada atrás

El aceite de oliva se encuentra íntimamente ligado a la cultura mediterránea. Desde el antiguo Egipto hasta la actualidad, toda la franja costera del Mediterráneo, desde la península hasta los pueblos islámicos, han desarrollado un arte y una cultura culinaria en torno a esta materia prima.

El aceite no es sólo el ingrediente "rey" de los pueblos mediterráneos, sino que también ha sido utilizado para muchas otras funciones, llegando en ocasiones a una imagen legendaria y mítica.



La historia del aceite de oliva corre paralela a la del olivo, pues es una consecuencia directa de éste. La utilización de las aceitunas para extraer aceite es muy temprana, así como su utilización en la alimentación.

La importancia que el aceite adquiere en las civilizaciones antiguas, su primera utilización para ser objeto de prácticas religiosas. Otro uso del aceite de oliva fue el de reemplazar a las grasas animales, usadas para dar fricciones a los cuerpos o mantener tersa la piel de las mujeres. La historia pronto se destacó como la primera productora de aceite.



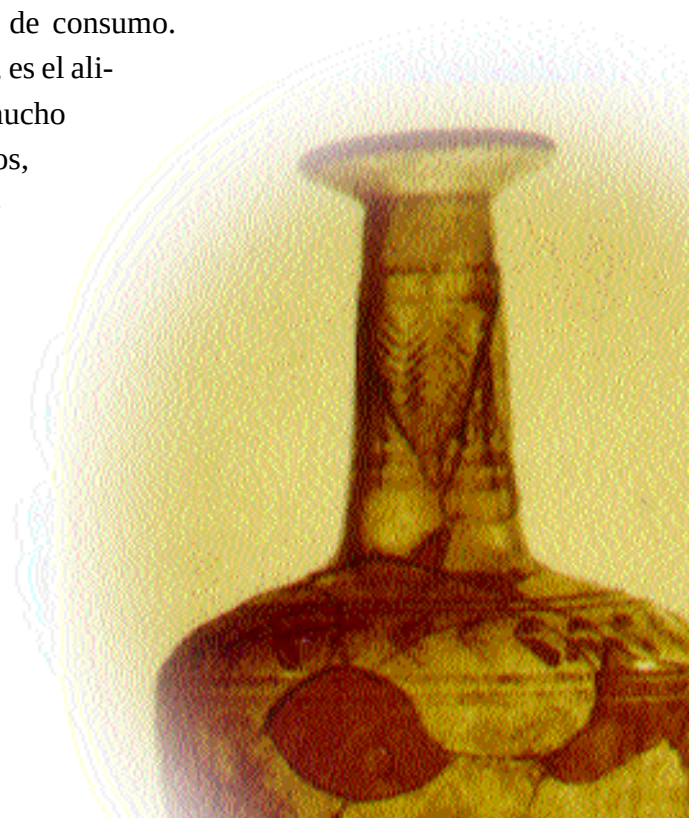
dentro del área mediterránea. Un dato revelador es que ya se transportaba, en la versión de la época, embotellado. Durante la dominación visigoda la olivicultura se extiende a zonas montañosas y del interior.

La importancia del aceite continúa y se acrecienta bajo el dominio árabe, llegando hasta la Edad Media. En la época de los Reyes Católicos, el gazpacho con aceite y vinagre constituía una parte básica de la dieta alimentaria del sur de España. En el siglo XVI, la producción de olivo alcanzó unas cifras bastante elevadas, según datos de La Agricultura General escrita en aquella época por Alonso de Herrera.

Todo este pasado pone de manifiesto que el aceite aparece, en la civilización mediterránea, como un elemento insustituible e íntimamente ligado a nuestra cultura. El aceite de oliva pasa a formar parte de nuestro acervo cultural, como el vino.

Es mucho más que un simple producto de consumo. Aunque el uso más extendido que se hace de él, es el alimentario, su presencia revela un significado mucho más profundo: ha servido para ritos religiosos, prácticas médicas y curativas, cuidados estéticos, etc.

Un producto sano y natural



Es muy difícil imaginar una receta mediterránea sin encontrar el aceite de oliva como uno de sus ingredientes principales. Concebir la cocina española sin uno de sus protagonistas más tradicionales es prácticamente imposible.

Este producto no sólo aporta a nuestros platos un sabor y calidad únicos, sino que es un elemento imprescindible en la composición de una dieta equilibrada.

Es un producto natural, que se elabora utilizando solamente medios físicos, razón por la cual conserva inalterables todos sus componentes y las propiedades químicas, biológicas y organolépticas de la aceituna.

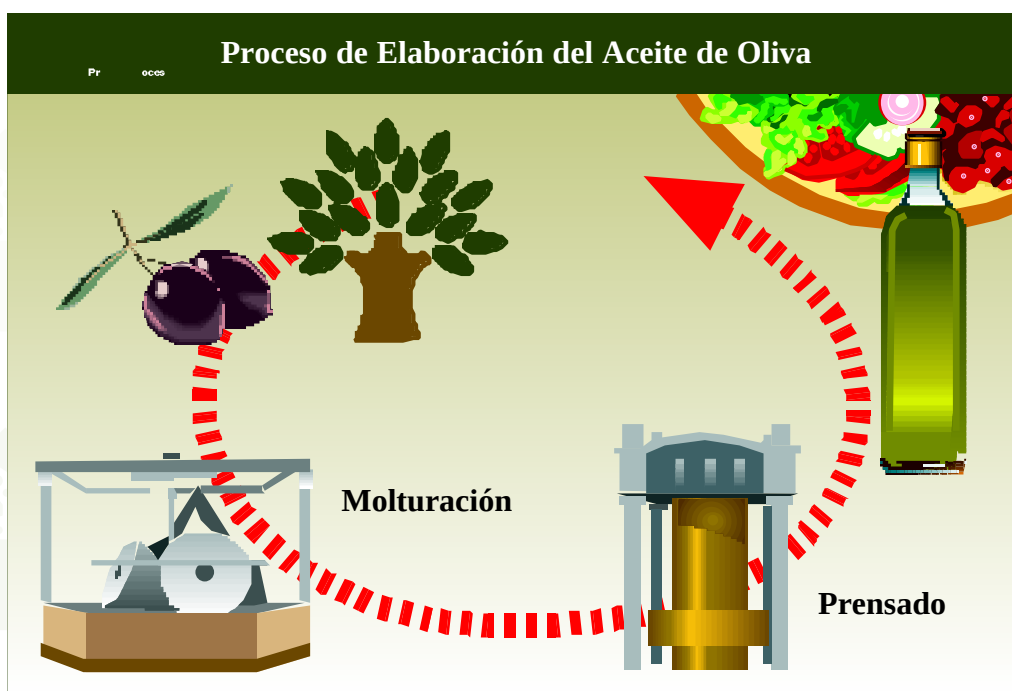
El aceite de oliva, cuando se le somete a cocción y fritura no experimenta cambios ni alteraciones que puedan afectar a las propiedades del producto.

En la práctica, todas las grasas son dañadas por los procesos de calentamiento: sin embargo, como atributo latente de la calidad del aceite de oliva, destaca su mínima alteración durante los procesos de fritura.



Al freír forma una delgada, pero consistente capa, que impide que el aceite sea reabsorbido manteniendo intacto el producto, que impide que absorba aceite y permite retener todos los jugos: el consumo de aceite de oliva es menor que el de otros aceites.

Numerosos estudios comparativos entre el aceite de oliva y los aceites de semillas han puesto de manifiesto que éstos, en el proceso de fritura, penetran profundamente en el interior del alimento, con lo cual el consumo de aceite es mayor. Asimismo el número de calorías añadidas al frito es, igualmente, superior.





No sólo en la preparación culinaria con calentamiento es donde el aceite muestra su calidad indiscutible: el olor y el sabor del aceite de oliva, le hace especialmente apto para su uso en frío, en el aderezo, aliño y confección de numerosos platos: gazpachos, ensaladas, salsas, mayonesas, etc. Todas estas cualidades, hacen que el ama de casa se incline mayoritariamente por su consumo.

Pero no sólo en el hogar, también fuera de él incluyendo en esta categoría a restaurantes, servicios e instituciones sociales-, tal y como indican los datos relativos al consumo de aceites durante los últimos ejercicios.



Por sectores de consumo, el aceite de oliva -según los últimos datos publicados por el MAPA- es el más consumido en nuestro país, con una cuota de mercado del 56% en hogares, del 40% en el sector de hostelería y restauración y del 20% en el sector institucional.

Entroncado con la economía

Con la entrada de España en la Comunidad Económica Europea en 1986, comenzaba para muchos productos españoles un período de transición y adaptación. Los productos nacionales debían ajustar sus cuotas anuales de producción al nuevo mercado, que requería en algunos productos una disminución de las cantidades producidas.

Las medidas de apoyo de la UE, sirvieron para favorecer la puesta al día de precios y niveles de producción españoles respecto a los europeos. Al igual que al resto de los productos, las medidas de ajuste también afectaron a la producción de aceite de oliva. Desde los años sesenta hasta la actualidad, se han perdido cerca de 400.000 hectáreas, si bien las mejoras técnicas han permitido elevar su producción.

La UE facilitó una serie de ayudas para la producción, exportación y también su consumo, con el fin de garantizar su competitividad en los mercados europeos, manteniendo una relación de precios razonables con respecto al resto de grasas, como la margarina, la mantequilla o el aceite de semillas, cuyo consumo es mayoritario en Europa.



Por lo que se refiere a la producción, España es el primer país productor de aceite de oliva, tanto en el marco europeo como mundial, con un tercio del total. De hecho, una provincia española, Jaén, se constituye como la primera del mundo en número de olivos y producción.

El olivar, cultivo básico para muchas comarcas agrarias, representa el 7,6% del peso del sector en la producción agrícola total, y aporta unos ingresos de más de 280.000 millones de pesetas anuales a la economía nacional, constituyendo un medio de vida para más de 120.000 trabajadores directos, con 46 millones de jornales.



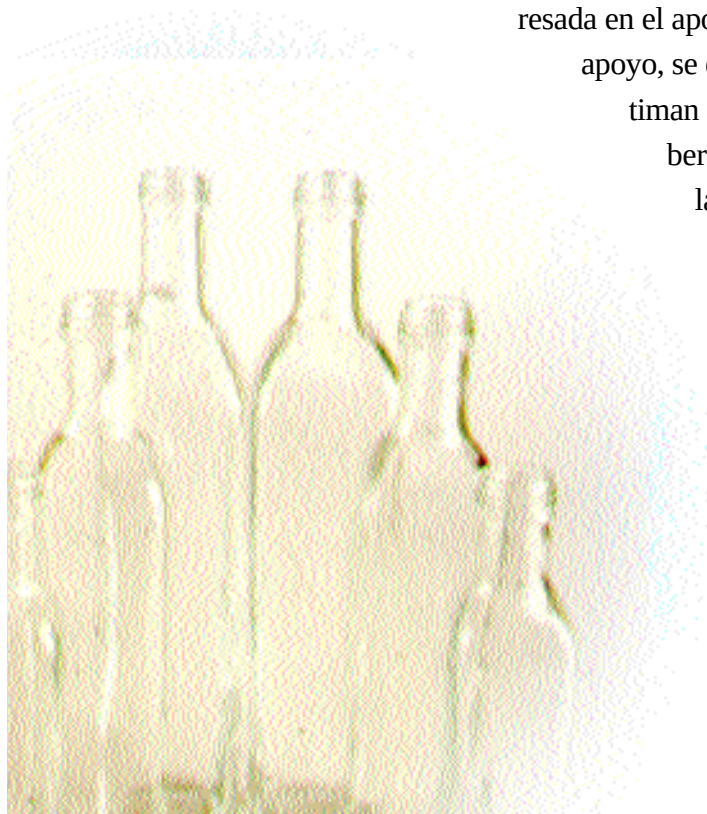


El borrador de la reforma comunitaria, introduce el régimen de cuotas de producción por países, y rebaja la cantidad máxima garantizada para España situándola en alrededor de las 535.000 toneladas de aceite, muy por debajo de la producción real, que en las últimas campañas se ha acercado al millón de toneladas.

Las consecuencias para el sector -agricultores, almazaras, refinadores y envasadores-, en términos económicos se traduce en una pérdida anual que varios sectores sitúan en 100.000 millones de pesetas.

Todos estos datos revelan una vez más, la necesidad de potenciar al máximo el consumo del aceite de oliva y para ello, se deben buscar mecanismos alternativos, de los encontrados hasta ahora. En este sentido, las administraciones y organismos oficiales, ante la magnitud del problema, han manifestado su gran preocupación y llevarán a cabo una serie de acciones para que no se deteriore un valor social, cultural y económico como es el aceite de oliva.

La Administración ya ha demostrado en otras ocasiones estar interesada en el apoyo de los productos. Dentro de esta política de apoyo, se están barajando todas las alternativas que se estiman convenientes. La línea de actuación no sólo deberá girar en torno a la calidad, principal baza con la que cuenta el aceite de oliva, sino que ésta también necesita ser garantizada en la presentación final del producto, es decir, en el envase.



... Y con el entorno

El aceite, signo inequívoco de la sociedad meridional, no sólo deja huella en nuestra cultura, sino que también incide en el área ecológica y en las "cifras macroeconómicas". Esta materia prima constituye uno de los sectores más importantes de la producción agrícola de nuestro país.

En la actualidad, la superficie de cultivo en nuestro país es de 2,2 millones de hectáreas. Una reducción del número de olivos, podría repercutir de manera decisiva en el sector e influir negativamente en el paisaje nacional. En algunas zonas de Andalucía el olivar es prácticamente monocultivo, sin apenas posibilidad para una alternativa eficaz.

Un abandono del cultivo del olivar provocaría la pérdida de millones de olivos en toda España lo que, inevitablemente, se traduciría en la desecación irreversible de gran parte de las hectáreas destinadas a este cultivo. El olivo fija el suelo y evita la degradación del medio ambiente, con lo que se convierte en un freno de primera magnitud contra la desertización y contribuye a frenar la erosión y favorecer la regulación del ciclo hidrológico.

El olivo y su producto, el aceite de oliva, es en definitiva consustancial al paisaje mediterráneo, pero no debemos tampoco olvidar que más allá de las consideraciones de tipo cultural sobresalen ante todo la amplitud y variedad de beneficios palpables que nos reporta.





2 El Envase *de Vidrio*





2 El Envase de Vidrio

Una historia singular

La mayoría de los productos puestos en el mercado necesitan un envase en algún momento de su vida útil. El envase de vidrio, por sus inmejorables cualidades, es uno de los materiales más antiguos que se conocen destinados a este fin.

Permitió, desde las épocas más tempranas de la historia, conservar los alimentos al abrigo de los agentes externos perjudiciales y, lo que es más importante aún, posibilitó el transporte y traslado de los alimentos envasados a zonas relativamente alejadas del lugar de origen.

Las razones del temprano uso de este material son evidentes:

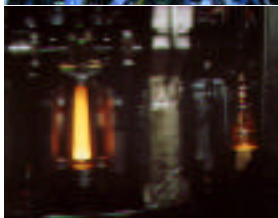


El vidrio existe en la naturaleza desde que se consolidó la corteza terrestre



Sus materias primas existen en la naturaleza en abundancia





Su proceso de extracción es sencillo

Aunque en todas las épocas los recipientes de vidrio fueron utilizados para albergar aceites, vinos, esencias o medicamentos, es a mediados del siglo XVI, cuando aparece la "imagen de botella" en su concepción actual.

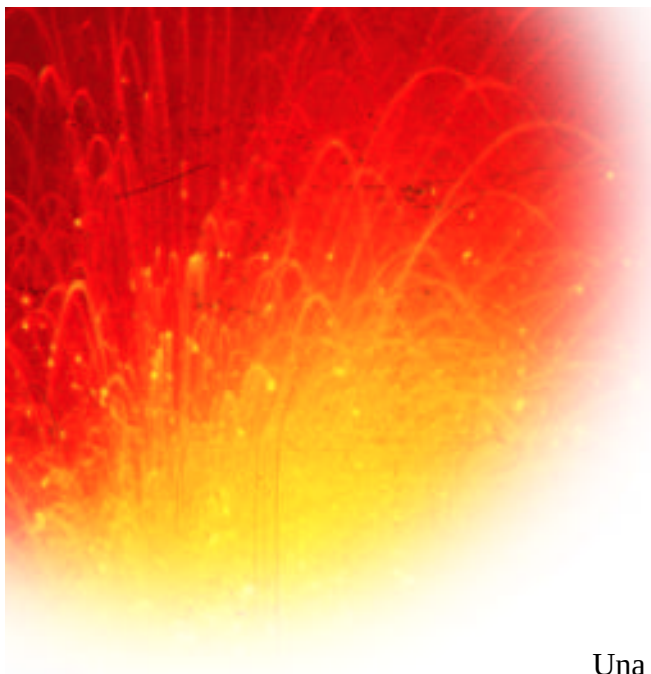
A principios del siglo XX es cuando comienza la fabricación automática de envases de vidrio. A este proceso tecnológico se le añaden una serie de avances técnicos de relevancia: el aligeramiento del envase y su mayor resistencia frente a agentes externos, lo que significa una mejora considerable del envase de vidrio.

Cómo se fabrica

El vidrio se compone, esencialmente, de arena, sosa, caliza, componentes secundarios y, cada día en mayor medida, casco de vidrio, procedente de los envases de vidrio reciclados.

El proceso de fabricación comienza cuando las materias primas se someten a una temperatura de 1.500 °C en el mo-





mento en que sus componentes alcanzan la fusión, la masa obtenida es afinada y homogeneizada hasta lograr un vidrio acondicionado idóneamente. Este, en estado fluido y a 900°C, es vertido en los moldes que le darán forma.

Una vez en estado rígido es trasladado a una arca de recocido, donde, mediante un tratamiento térmico, se eliminan tensiones internas y el vidrio obtiene su grado definitivo de resistencia. A continuación se verifica su configuración morfológica y se realizan exhaustivos controles de calidad.

Vidrio: el envase ideal

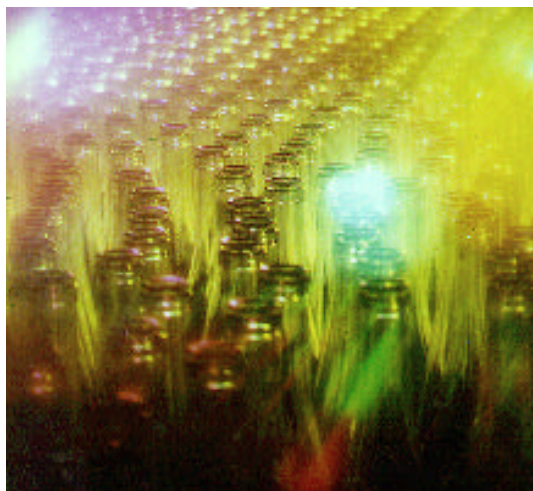
El vidrio como material recipiente, aporta unas cualidades extraordinarias para las necesidades del envasado. Es inerte, aséptico, transparente. Su versatilidad permite multitud de formas y diseños. Es indeformable, impermeable al paso de los gases y de alta resistencia térmica, posibilitando el calentamiento de sus contenidos incluso a través de microondas.



Estas propiedades son altamente valoradas por los consumidores que, en diferentes muestreos de opinión, han calificado al envase del vidrio como el más próximo a su concepto de envase ideal.

Además, el vidrio dignifica y revaloriza a todo producto envasado en él, ya que representa en sí mismo los nuevos valores en alza que requieren productos sanos, naturales y ecológicos. Éstos y otros muchos atributos conforman la naturaleza del envase de vidrio.

Pasemos a destacar ahora los más sobresalientes:



Higiene:

El vidrio nace puro a más de 1.500° C de temperatura y se conserva higiénico durante toda su vida porque es inerte. El aire no lo oxida, la humedad no lo reblandece y soporta los más bruscos cambios de temperatura, incluso cuatro veces por encima de la precisa en cualquier proceso de esterilización en autoclave.

Transparencia:

El vidrio ofrece nítidamente al consumidor la apariencia del producto que porta en su interior. El comprador lo sabe y se siente más seguro viendo lo que quiere adquirir y comprando lo que puede ver.

Conservación:

El vidrio es un material estable a la oxidación y a la corrosión ambiental y no sufre alteraciones químicas. No actúa sobre su contenido, ni le quita ni le cede nada. De esta manera pro-



tege al producto envasado de las posibles agresiones externas, conservando a la vez su naturaleza intacta.

Inalterabilidad:

El vidrio es rigurosamente inerte. Ni quita, ni pone, ni transmite sabores. Su naturaleza químicamente estable e inalterable, hace del vidrio un envase ideal, aliado perfecto del alimento que contiene frente a las radiaciones externas y posibles agresiones de tipo meteorológico.



Además es resistente al lavado, a los abrasivos y al rayado. Estas cualidades se adaptan perfectamente a las nuevas exigencias del mercado y de los consumidores, a la legislación y a sus rígidos controles de calidad.

Prestigio:

La presentación del producto ante el consumidor es de enorme trascendencia. Un producto de calidad y prestigio, como el aceite de oliva, debe ser presentado en un envase que le dignifique y le aporte un toque de distinción. La versatilidad del vidrio, su fácil adaptación a nuevos diseños y formas ofrecen al producto un elemento diferenciador que se convierte en una perfecta carta de presentación.



Ecología:

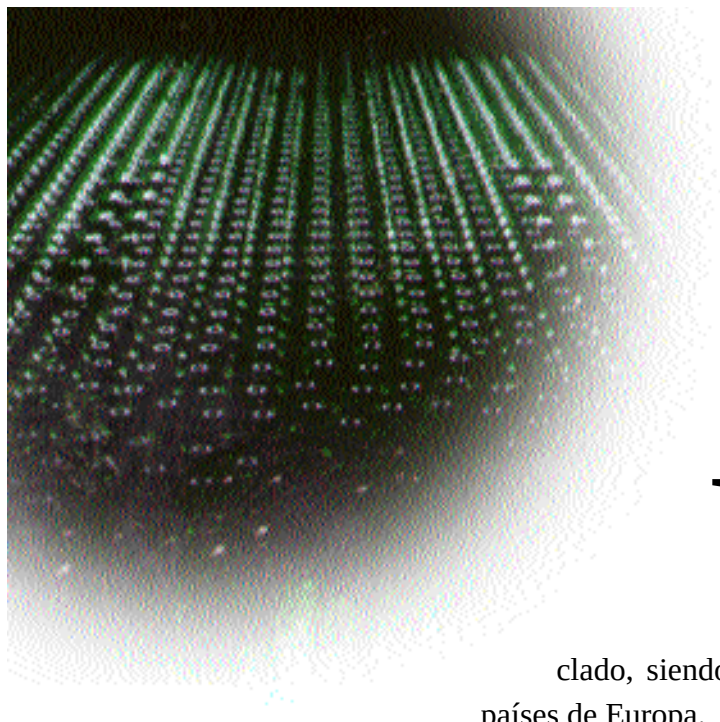
Estas propiedades físicas hacen que el vidrio sea un envase hecho a medida para todos los alimentos. Pero además, el envase de vidrio posee otras propiedades que no hay que olvidar: es un material que admite el sistema de reutilización y de un solo uso, ambos soportados en un programa de reciclado integral e indefinido.

Hoy en día, cuando la imagen y los condicionantes del marketing tienen una especial relevancia en nuestra sociedad, es imprescindible presentar un envase no sólo limpio, higiénico y puro sino también elegante y atractivo.



Todos estos factores confluyen en una misma dirección y motivan positiva o negativamente el ánimo de compra del consumidor. En las últimas décadas surge, además, un nuevo condicionante que no puede ser olvidado: el respeto de los envases hacia el medio ambiente y su capacidad de integrarse nuevamente al proceso productivo, evitando su vertido y reduciendo, así, el número de residuos sólidos urbanos.





... Que es reciclable

Una de las primeras políticas medioambientales que se pusieron en marcha, antes incluso de las legislaciones, fue la del reciclado, siendo esta una actividad arraigada en todos los países de Europa.

La industria vidriera europea, dada la viabilidad de la recogida selectiva de envases de vidrio y su posterior uso como una materia prima más, instauró en la década de los setenta programas destinados a reciclar sus envases, implantándose en nuestro país en 1982.

El promotor en España del Programa Nacional de Reciclado de Envases de Vidrio, es el Centro del Envase de Vidrio que, con el apoyo de las administraciones y de los ciudadanos, han logrado que el reciclado de este material se sitúe en el primer lugar de los reciclados.

El reciclado de envases de vidrio es un programa conocido por ser pionero entre los reciclados de otros materiales y que sirve de ejemplo para la implantación de los mismos.



El proceso de reciclado de los envases de vidrio es muy sencillo. El primer eslabón de la cadena del reciclaje lo constituyen los contenedores o iglúes, instalados a lo largo de toda la geografía nacional.

En ellos el ciudadano puede depositar sus envases de vidrio ya usados, desde donde son recogidos periódicamente y trasladados hasta las plantas de tratamiento más cercanas. En estas plantas, tras una primera criba donde se eliminan los objetos extraños como papel, etiquetas y todo tipo de impurezas, se procede a su molido hasta conseguir la granulometría idónea.



El vidrio resultante pasa a denominarse casco de vidrio, el cual pasará por una segunda criba, donde se separan los objetos extraños que hayan podido colarse. El material obtenido es transportado a la fábrica de envases, donde será utilizado como un materia prima más. De esta manera dichos envases, al final de su vida útil, son reciclados para integrarse nuevamente en el ciclo productivo.

Como vemos, el reciclado del vidrio cumple a la perfección el proceso circular del reciclado siguiendo las pautas de *envase > consumo > re - reciclado > envase* de manera indefinida en el tiempo y del modo más eficaz y ecológico que existe.



... Y se recicla

El reciclado de envases de vidrio es, ante todo, un sistema respetuoso con el medio ambiente que conlleva una serie de beneficios ecológicos, económicos y sociales adicionales. Se puede afirmar que una tonelada de vidrio reciclado, ahorra 1.200 kg de materia prima, 130 kg de fuel y disminuye una tonelada de residuos.

Desde que el Centro del Envase de Vidrio instaurara su Programa Nacional de Reciclado de Envases de Vidrio, hace casi 20 años, la recogida de este material ha ido creciendo, de forma espectacular, año tras año.



Más de 14.000 millones de envases han sido reciclados durante este periodo en nuestro país, cifra que le sitúa en los niveles más elevados de reciclado.

Esta cantidad se traduce en que, a lo largo de estos años, no se han tenido que extraer alrededor de seis millones de toneladas de materias primas; cerca de cinco millones de toneladas que no han ido a parar a vertederos y que los ayuntamientos no han tenido que tratar -con una economía que supera a los 44.000 millones de pesetas- y un ahorro energético en torno a los 10.000 millones de pesetas.



La industria vidriera española integrada en el Centro del Envase de Vidrio, tiene un claro compromiso con la sociedad: incorporar en sus hornos todo el vidrio que se recoja, independientemente de la fuente de la que provenga.



Por delante de la Ley

La publicación de una Ley de Envases y Residuos de Envases como la existente en España -cuya única finalidad es la protección del medio ambiente- ha incidido en que todos los segmentos implicados tomen medidas para poder cumplir los objetivos que la legislación establece.

Para muchos de los agentes económicos implicados, la legislación supone un gran cambio. No así para el sector vidriero y para todos los que han ido apostando por el envase de vidrio, ya que este material antes de que la Ley entrara en vigor en España, cumplía de hecho los objetivos incorporados en la Ley.



Como dato, se puede significar que, ya en 1997, el envase de vidrio alcanzaba una tasa de reciclado del 37,3%. Pero el acuerdo tácito que el sector vidriero español tiene contraído con todos los que han apoyado y apoyan al envase de vidrio, no se frena en ese 37%: la voluntad de la industria, con la complicidad de administraciones y ciudadanos, es reciclar el 50% de los envases en el año 2001.





3 Aceite-Vidrio, *una Alianza Perfecta*



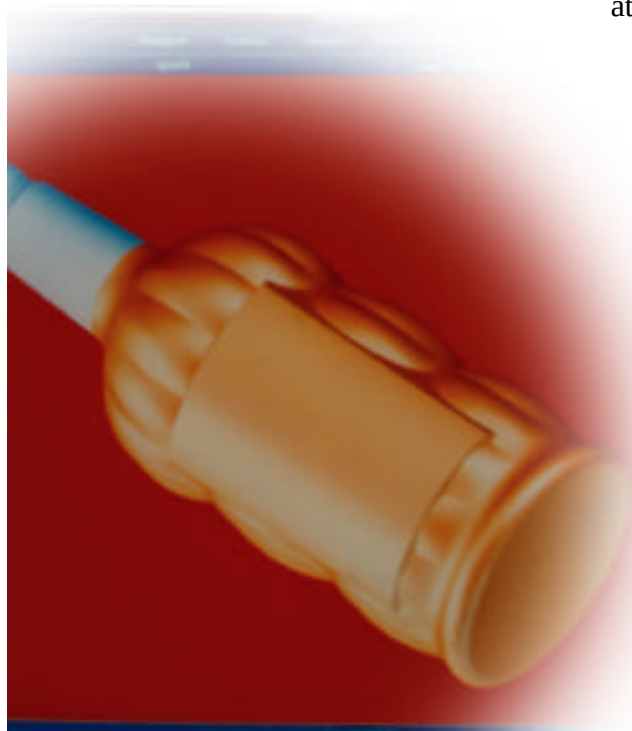
3 Aceite-Vidrio, *una Alianza Perfecta*

El prestigio del envase de vidrio...

Uno de los materiales que satisface con creces los requisitos necesarios del producto que va a envasar, en especial el aceite, y cumple con los nuevos postulados del marketing y la imagen, es el envase de vidrio. El incremento del envasado en general, y específicamente del envasado en vidrio, será una pieza fundamental en el incremento del consumo del aceite de oliva.



La creatividad, la imaginación y el sentido estético de los diseñadores han de volcarse en la consecución de un modelo de botella de vidrio idónea para el aceite. Esta versatilidad en las formas ofrece todo un abanico de cualidades a la botella que oscilan entre la elegancia y seriedad, hasta la innovación y la vanguardia, pasando por los diseños más atrevidos que la mente de los creativos puedan imaginar. Sea como fuere todos y cada uno de los envases de vidrio independientemente de su imagen exterior, aportan el prestigio inconfundible que se asocia desde los comienzos de su fabricación, a los envases de vidrio.





Muchos productores del entorno europeo así lo han entendido y, desde siempre, están envasando su aceite de oliva en envases de vidrio, que resaltan su imagen de calidad. Si miramos los índices de producción de aceite destinados a la exportación, vemos que se produce un fenómeno curioso: nuestras exportaciones de aceite de oliva se sitúan en torno a las 34.000 tm mensuales, de las cuales casi 19.000 se destinan a Italia, Francia y, en menor medida, a Portugal. Si tenemos en cuenta que las grandes multinacionales, están en manos de multinacionales francesas o italianas, es deducible que el aceite envasado en estos países procede de nuestro país.



La calidad del producto unida a la del envase, puede contribuir a situar al aceite de oliva español en el lugar que merece, no sólo en nuestro país, sino especialmente en los mercados exteriores. Como ya se ha señalado, otros países de nuestro ámbito, lo han entendido, Italia puede ser un buen ejemplo; durante los últimos años ha establecido una alianza aceite-envase de vidrio con unos magníficos resultados que le han posicionado excelentemente.





Y nuestro aceite de oliva no tiene nada que envidiar al del país vecino, pero es preciso mejorar la imagen del producto a través de una acción coordinada, en base a los siguientes puntos:



El consumo de aceite prestigia a quien lo utiliza adecuadamente.



Es indispensable la presencia del aceite de oliva en una dieta equilibrada y racional.



El aceite de oliva posee cualidades dietéticas que le hacen superior frente a otros aceites vegetales y grasas animales.



El aceite de oliva gana en prestigio e imagen si es envasado en vidrio.



Otro factor a tener en cuenta dentro de la necesidad de potenciar la imagen del aceite de oliva como un producto con "solera", es el adecuado desarrollo de las Denominaciones de Origen. Un producto tan nacional como es el aceite de oliva y sustentado por la calidad y prestigio de su procedencia aumentará considerablemente su imagen exterior si es acompañado por el envase adecuado: el vidrio.



Si se consigue que el aceite de oliva, uno de los productos nacionales más representativos de nuestra cultura en el exterior, sea envasado en origen y en vidrio - al igual que sucede con otros tipos de productos-, se aumentaría considerablemente su valor añadido, que permanecería en el mercado nacional. De esta forma, el aceite de oliva se hace acompañar de un envase que le aporta un prestigio inconfundible, unido a las garantías propias del envasado en origen y el factor de calidad que precede a todos los productos envasados en vidrio.

... Unido a un producto con "solera"

El aceite de oliva emana de la propia naturaleza: es el zumo del fruto del olivo, la aceituna. Tras haber pasado por un proceso de lavado, decantación, centrifugado y filtrado,



puede ser consumido directamente, lo que no puede hacerse con ningún otro tipo de aceite vegetal.



Pero la calidad no es sinónimo de "éxito seguro". El aceite, en base a sus cualidades dietéticas y nutricionales, tiene que ir acompañado de una adecuada presentación que le haga competitivo. En cualquier dieta equilibrada y racional, así como en la gastronomía de altura, es indispensable la presencia del aceite de oliva y, para lograrlo, ha de presentarse en un envase que le realce y dignifique adecuadamente.

El futuro del aceite de oliva es muy prometedor. La cada vez más generalizada preocupación entre los consumidores por una alimentación sana y natural y, derivada en parte de ésta, la firme tendencia hacia la adquisición de productos



de calidad, sin posteriores añadidos químicos provocará, sin lugar a dudas, un aumento del consumo del aceite de oliva.

Su adecuada penetración en todo el mundo en base a su alto valor cualitativo, aprovechando las enormes expectativas que el problema dietético de las grasas viene suscitando, será un extraordinario complemento para revalorizar este producto.



El lugar que ocupa el aceite de oliva en el mercado, atiende al binomio natural/calidad que responde a las siguientes variables: sano, prestigioso, y de tradición mediterránea.

Estas características se adaptan perfectamente a la naturaleza del envase de vidrio, que pone a su disposición todos sus atributos. Su higiene y su transparencia conservan intactos los componentes organolépticos del aceite, a la vez que deja transparentar su color dorado, símbolo tradicional de la cultura mediterránea.



La versatilidad, otra de las características más representativas del vidrio, permite crear y diseñar un número infinito de formas que se adaptan en exclusiva a cada uno de los productos que contiene. Los relieves pueden ser otro factor añadido para prestigiar, aún más, nuestro producto más natural.



En cuanto a las formas que el envase de vidrio puede adoptar, las posibilidades van desde la botella clásica de líneas rectas y elegantes hasta la curva y redondeada, más tradicional. El añadido del resto de los elementos auxiliares que el envase de vidrio puede incorporar, darán el toque final al diseño del envase exclusivo que merece nuestro aceite.

En definitiva, se trata de una alianza estratégica de dos productos nobles, firmemente asentados en nuestra cultura, en nuestra forma de vida y completamente integrados en nuestras más hondas raíces. Con la fusión de ambos elementos, el envase de vidrio y el aceite, obtenemos una identificación absoluta entre la calidad y el prestigio.

... Clave para la exportación

El desarrollo del binomio aceite de oliva-vidrio tiene un excelente futuro. La coyuntura favorable al aceite de oliva existente en el resto del mundo, responde al auge que la cultura mediterránea está experimentando y al protagonismo de este producto como uno de sus pilares básicos.



Es preciso que el aceite de oliva español se identifique como tal y lleve un marchamo de origen evidente, a través de un envase de calidad que, como el vidrio, garantice esta identificación.

Porque lo que en el mercado nacional es una lógica conveniencia derivada de la razón, para la exportación adquiere la categoría de necesidad.







4 Hacienda *Balance*





4 Haciendo Balance

Los hábitos alimentarios de los pueblos, son parte fundamental de la cultura de cada uno de ellos.



 El aceite, presente en nuestra gastronomía desde la aparición de las primeras civilizaciones, constituye todo un símbolo sin el cual sería imposible imaginar, o cuanto menos definir, los comportamientos alimentarios e incluso sociales de los países mediterráneos.

 El aceite de oliva -su sabor, su aroma y su color dorado-, junto al vino, conforman la personalidad y modo de vida de los pueblos del sur de Europa.



Con la recuperación de los comportamientos alimentarios tradicionales y el deseo de retornar a las formas de vida sana y natural, el consumidor actual ha vuelto la vista a nuestro siempre presente aceite de oliva, sinónimo de calidad, salud y dieta equilibrada.



El aceite presenta una serie de cualidades dietéticas y efectos beneficiosos para el ser humano, que no se encuentran en ninguna otra materia prima:

- Una dieta rica en aceite de oliva reduce el riesgo de contraer arteriosclerosis, frente a otros aceites y grasas animales.
- No provoca un aumento de colesterol, tiene una influencia beneficiosa en el crecimiento de los huesos.
- Incluso una aplicación tópica sobre la piel, tiene efectos protectores frente al sol.



Las ventajas del consumo de aceite de oliva son innumerables. Podría decirse, incluso, que el aceite de oliva es un "regalo de la naturaleza". Pero toda esta serie de cualidades no son suficientes para conquistar, como se merece, el mercado mundial y aumentar, de paso, el nacional.





Los tiempos en que los alimentos se vendían por sí mismos han pasado. En las sociedades avanzadas de fin de consumidor no sólo atiende a estas sino que busca también una determinación en los productos que desea

Guiados e influenciados por el diferenciación de producto, ha surgido de motivación para la adquisición de un determinado producto: la presentación del mismo. La calidad debe estar garantizada y la mejor carta de presentación es un envase adecuado.



El vidrio es, sin lugar a dudas, el envase que mejor satisface las necesidades del aceite de oliva:

- Su transparencia deja ver su color y adivinar su textura.
- Su nobleza permite que se den las condiciones óptimas para la conservación del producto que contiene.
- Su superficie lisa evita que se adhieran a él partículas extrañas y ofrece el producto en condiciones óptimas de salubridad e higiene.



-
- Pero, por encima de todo, su versatilidad ofrece al producto, en este caso al aceite de oliva, una innumerable variedad de formas y diseños, realzando y aportando la mejor imagen.



El envase de vidrio es el embajador perfecto para un producto tan nuestro como es el aceite de oliva.

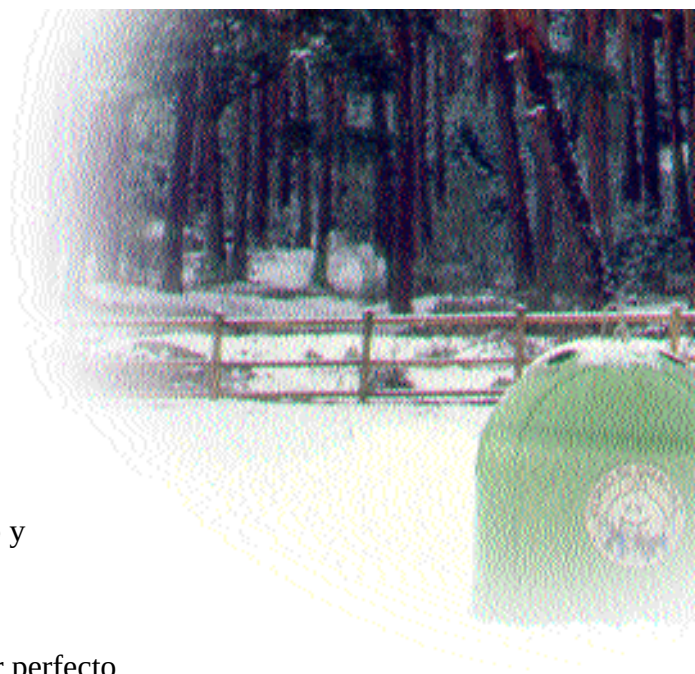
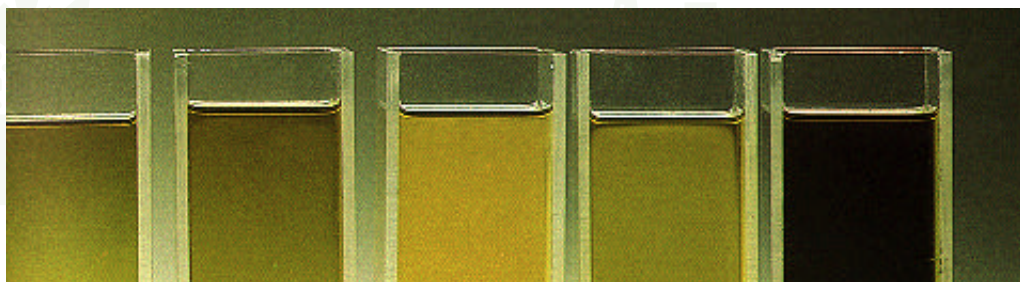


El aceite de oliva envasado en vidrio, adorna y prestigia por sí mismo la elegancia de una mesa. Los amantes del buen comer, agradecen que el aceite de oliva se lleve al mantel en su envase original: el de vidrio.

Además de la practicidad de uso tanto para la cocina como para sacar directamente a la mesa.



Dejando de lado los atributos insuperables que el vidrio ofrece como envase se abre paso, por encima de ellos, una cualidad que le convierte además en uno de los envases más ecológicos que se conocen: el envase de vidrio es 100% reciclable y evita, mediante la actividad del reciclado, el creciente aumento de los residuos sólidos urbanos.





La industria vidriera, puso en marcha en el año 1982 el Programa Nacional de Reciclado de Envases de Vidrio, mediante el cual se han reciclado más de 14.000 millones de envases.



El Centro del Envase del Vidrio ha sido, sin lugar a dudas, uno de los motores principales que han participado en la concienciación de los ciudadanos sobre la necesidad de llevar a cabo la práctica del reciclado y, proteger, de esta manera, el medio ambiente.



El envase de vidrio ya cumple con la legislación vigente sobre envases y residuos de envases.



Todo producto envasado en vidrio sumará a sus cualidades iniciales prestigio, higiene, perdurabilidad en el tiempo, respeto por el medio ambiente y además cumplirá con creces las exigencias establecidas en las legislaciones que han ido apareciendo en todos los países de Europa.

*El Aceite de Oliva,
en definitiva, se merece una
"segunda piel" como es
el Envase de Vidrio.*

