

# EL COI y la mejora de la calidad

Por: Fausto Luchetti\*

“

- Se acaba de suscribir un nuevo Convenio
- Una mínima parte del aceite de oliva virgen producido es de calidad «extra»
- Los nuevos consumidores
- Objetivo preferente: aumentar la oferta de los aceites vírgenes de calidad

”



## OBJETIVOS DEL CONSEJO OLEÍCOLA INTERNACIONAL

El 10 de marzo de 1993 es una fecha importante para el Consejo Oleícola Internacional ya que este día se alcanzó un ascenso en la reconducción, con ligeras enmiendas, del *Convenio internacional del aceite de oliva y de las aceitunas de mesa, 1986*.

La finalidad de los diferentes Convenios internacionales que se han sucedido desde 1956 hasta la actualidad ha sido siempre regularizar el mercado internacional del aceite de oliva por medios técnicos y económicos no intervencionistas, mejorados cada vez más, especialmente

por medidas tendentes a:

- la reglamentación del comercio internacional, la estabilización y la normalización del mercado;
- la normalización a largo plazo, el incremento de la productividad y la reducción de los precios de coste;
- la promoción de los productos oleícolas y conseguir que se valore la calidad del producto.

Las acciones emprendidas por el Consejo Oleícola Internacional, aunque múltiples, van encaminadas todas ellas a la mejora de la calidad del producto final, objetivo principal de todos los Convenios adoptados hasta la fecha.

(\*) Director Ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional. Madrid.

#### • A nivel de la producción

Este es un aspecto esencial puesto que para obtener un aceite de calidad es indispensable disponer de una materia prima producida en las mejores condiciones.

Se trata por tanto de acciones tendentes a la mejora de las prácticas de cultivo; la protección fitosanitaria, el material de recolección, el traslado a las almazaras, etc., por citar tan solo algunas.

Bajo este ángulo y en el marco de las actividades de cooperación técnica, el Consejo organiza periódicamente cursos de formación y acciones de demostración sobre los diferentes aspectos mencionados.

#### • A nivel de la transformación del producto

También en esta fase el Consejo se encarga de organizar cursos y visitas que sirvan para mejorar los procesos de elaboración y las técnicas de extracción de las aceitunas con el fin de obtener productos de calidad.

#### • A nivel de envasado, distribución y conservación del producto

En este campo, las intervenciones del COI son limitadas debido a que nos encontramos en una fase industrial y comercial.

### CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN ACTUAL

A pesar de los esfuerzos realizados,

hay que reconocer desgraciadamente que cerca del 80% de los aceites de oliva producidos en la región mediterránea presentan características organolépticas defectuosas que les hacen inadecuados para el consumo en la forma en que se obtiene, si no se someten previamente a un proceso de refinado.

En muchos países productores, el aceite virgen de calidad extra sólo alcanza el 5% de los aceites de oliva obtenidos. Esta situación afecta a la capacidad de competencia del producto en el mercado así como a las campañas de promoción internacionales establecidas tanto por el Consejo como por sus Miembros. Como ejemplo, basta recordar que el volumen de aceite de oliva virgen extra ofrecido en el mercado mundial no supone ni siquiera el 6% de la totalidad de los aceites de oliva comercializados.

Es evidente pues que es indispensable una mejora de la calidad para crear y conservar tanto la imagen de prestigio del producto como una economía oleícola sana, especialmente en el mercado mundial muy prometedor para el desarrollo de los aceites de oliva de calidad.

Los pilares de un desarrollo de este tipo y su consolidación son, sin embargo, muy frágiles si se tiene en cuenta la estrecha relación existente entre las características biológicas, nutritivas y gastronómicas del aceite de oliva, tal como se presentan en las acciones de promoción del Consejo, y las de los aceites de oliva que se ofrecen realmente en el comercio y que percibe sobre todo el consumidor final.

### EL CAMINO A SEGUIR

La mayor parte del reciente desarrollo del consumo en el mercado mundial se debe a los «nuevos» consumidores cuyo perfil está muy bien definido:

- sensibilidad para elegir un régimen alimenticio sano y saludable;
- búsqueda de productos de calidad;
- poder adquisitivo medio-alto.

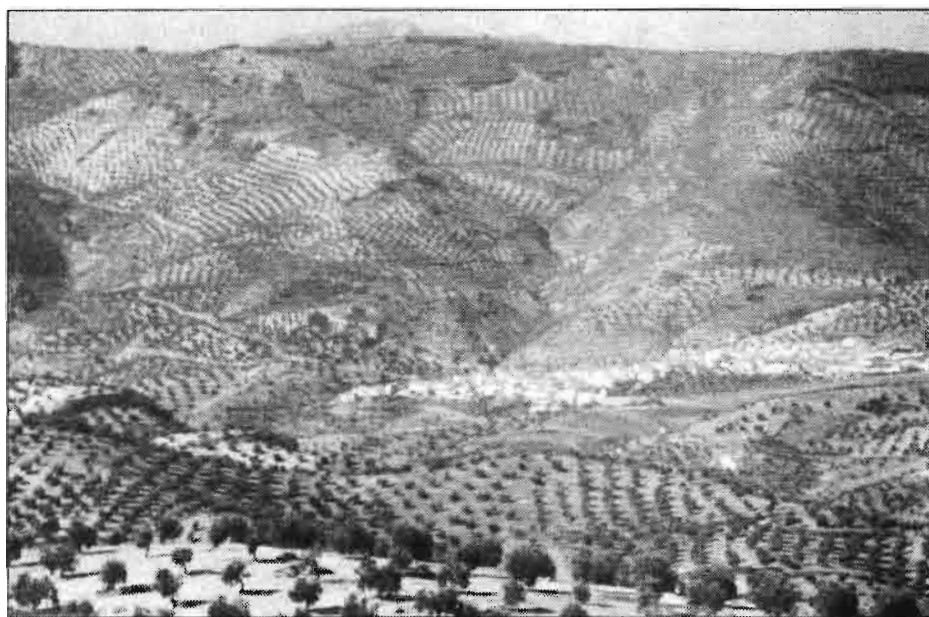
Estos «nuevos consumidores están convencidos de encontrar en el aceite de oliva un producto que responde a sus exigencias. Es por tanto necesario mantener y mejorar los niveles de calidad para incrementar y consolidar el nivel del consumo. Por otra parte, se corre el riesgo de ver a estos «nuevos» consumidores apartarse del aceite de oliva porque, al contrario que los consumidores del área mediterránea, no tienen ninguna razón especial, sea cultural o tradicional, que les vincule al aceite de oliva.

Existe una sinergia entre las diferencias categorías de aceites de oliva que permite un desarrollo global del consumo de estos aceites, a condición de que cada categoría respete los niveles de calidad mínimos previstos, sin que se dé primacía a una categoría sobre la otra, ya que la estructura actual de la producción no lo permite.

Sin embargo, en un plano general, las actividades del COI están encaminadas a la mejora cualitativa de todos los aceites de oliva producidos, con el fin de aumentar la oferta de los aceites vírgenes de calidad, ya que parece que los consumidores de los mercados en que el COI se encuentra presente se orientan cada vez más hacia este tipo de aceites.

Es importante que las instituciones a nivel internacional, nacional y regional, así como las diferentes asociaciones profesionales sean conscientes de la importancia de la realización de campañas de sensibilización con el fin de resaltar la necesidad de definir, adoptar y mantener criterios precisos de calidad que, por sí solos, permitan justificar los precios más altos del aceite de oliva con relación a los otros aceites vegetales fluidos comestibles y mantener los niveles de consumo.

El Consejo está firmemente convencido de que en el intercambio dialéctico constructivo entre los principales interesados sobre los diversos problemas a los que tiene que hacer frente el sector, así como en la identificación y la puesta a punto de estrategias comunes es donde deben buscarse los elementos que nos permitan, con un optimismo razonable, contar con la consolidación y el ulterior desarrollo del consumo de aceite de oliva de calidad en los principales mercados del mundo.



Olivares de Jaén: cerros de olivos.