

El Almacenamiento Privado repercute en el mercado del aceite de oliva

El pasado 9 de junio, el Comité de Gestión de la UE aprobó el reglamento de la Comisión por el que se activan las ayudas para el almacenamiento privado de aceite de oliva. Con este mecanismo se pretende salir de la complicada situación que atraviesa el sector por los bajos precios en origen. La votación contó con las abstenciones de buena parte de los países del Norte de la UE, República Checa, Dinamarca, Alemania, Austria, Finlandia y Suecia.

El reglamento aprobado abre un sistema de licitación para el establecimiento de contratos de almacenamiento privado por el que un agente económico se compromete a inmovilizar aceite de oliva de las categorías Virgen Extra y Virgen a cambio de una ayuda que le otorga la Comisión. El operador hace una oferta por una determinada cantidad de aceite de oliva (mínimo 50 toneladas y previo depósito de una fianza de 50€/toneladas) y por un precio (en €/tonelada y día) que entiende compensaría el coste de la inmovilización.

La Comisión recibe las ofertas y, el Comité de gestión, decide el precio máximo de ayuda que está dispuesto a pagar aceptando automáticamente todas las ofertas que se hayan hecho por debajo de ese precio.

La cantidad máxima que se puede inmovilizar, con derecho a ayuda, en el conjunto de países de la UE es de 110.000 toneladas y el aceite estará inmovilizado por un periodo de 180 días, periodo que podrá reducirse, si así lo decide la Comisión de acuerdo con la evolución del mercado del

Aceite de Oliva y las previsiones de evolución para el futuro.

Respecto a los agentes económicos que pueden presentar ofertas, la reglamentación comunitaria establece 5 categorías, siendo los más representativos en el caso de España:

- Organizaciones de productores que cuenten con al menos 700 oleicultores.
- Almazaras cuyas instalaciones permitan la extracción, como mínimo, de 2 toneladas de aceite al día y que en las 2 últimas campañas hayan obtenido al menos 500 toneladas de aceite de oliva virgen.
- Envasadoras con una capacidad mínima de envasado de 6 toneladas/día y que hayan envasado en las 2 últimas campañas al menos 500 toneladas de aceite de oliva.

El reglamento de la Comisión se publicó el pasado 24 de junio y la normativa española, un anuncio del FEGA, el 25 de junio. Alguna Comunidad autónoma, como es el caso de Andalucía ha publicado instrucciones de aplicación del anuncio del FEGA.

Repercusión en el mercado

El mercado del Aceite de Oliva ha seguido a lo largo de toda la campaña 2008/09 una tendencia descendente, con la excepción de un ligero repunte durante el mes de enero cuando se alzaron las primeras voces del sector a favor de la apertura del mecanismo de almacenamiento privado. Tras las declaraciones de altos cargos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio

El almacenamiento reactivó los precios, pero llegó demasiado tarde para paliar las graves pérdidas de rentabilidad de numerosas explotaciones

Rural y Marino español, los operadores entendieron que el mecanismo del almacenamiento privado no se abriría y se retomó nuevamente la tendencia de precios claramente bajista hasta el mes de mayo.

Sin embargo, la solicitud de **Cooperativas Agro-Alimentarias** y las organizaciones agrarias ASAJA, COAG, UPA para que se abriese este mecanismo y se realizasen las gestiones oportunas para que la UE actualizase los precios de referencia que permiten activar dicho mecanismo (carta a la Ministra del MARM en el mes de febrero; rueda de prensa solicitando la apertura del mecanismo de almacenamiento privado en mayo), hicieron que el MARM modificase su posición y presionase ante la Comisión. El 25 de mayo, en vísperas de la celebración del Consejo de Ministros de Agricultura de la UE, la Comisión anunciaba, mediante nota de prensa, su intención de proponer la activación del mecanismo de almacenamiento privado para el aceite de oliva como apoyo al mercado ante la continuada bajada de precios.

Este anuncio tuvo sin duda el efecto psicológico que se esperaba, produciéndose un punto de inflexión en el descenso de precios con un repunte significativo al alza, con subidas del 15%. Bien es verdad que todavía deberían subir los precios un 20% para alcanzar los niveles de precio de la pasada campaña por estas fechas.

Celebrada la primera licitación, el Comité de gestión del 9 de julio aceptó todas las ofertas que solicitaban una ayuda por debajo de 1,3€/t y día.

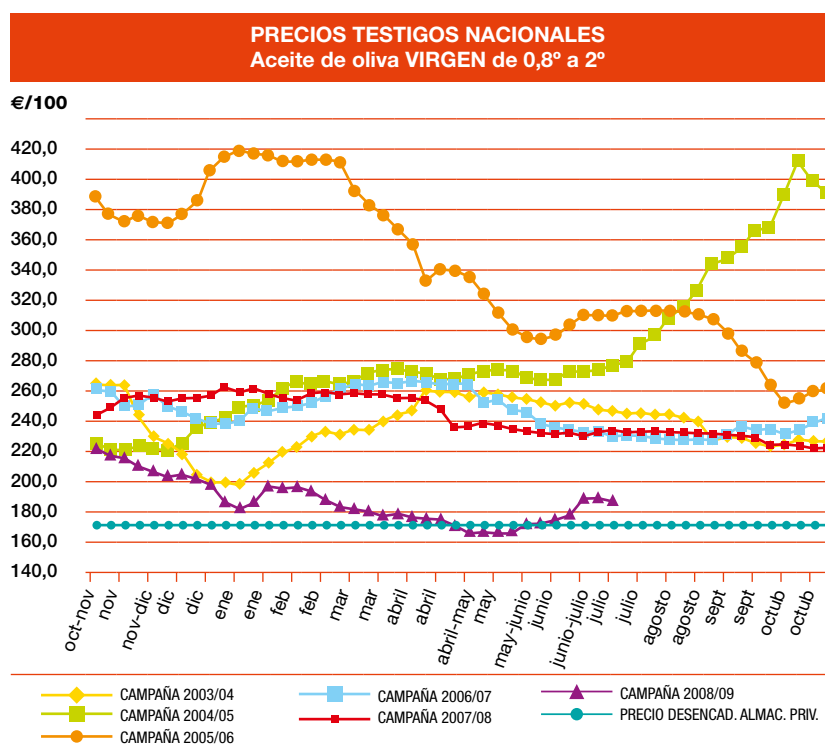
	CANTIDAD OFERTADA (TONELADAS)	RANGO IMPORTES €/T/DÍA	CORTE DE LA COMISIÓN €/T/DÍA	CANTIDADES ACEPTADAS (TONELADAS)	
1ª LICITACIÓN					
España	16.668,920	3,00 - 1,18		4.508,200	27,05%
Unión Europea	18.198,826	-	1,30	4.906,106	26,96%
2ª LICITACIÓN					
España	31.468,438	1,50 - 1,08		31.200,000	99,15%
Unión Europea	32.700,000	-	1,30	32.400,000	99,08%
1ª+ 2ª LICITACIÓN					
España	48.137,358*	3,00 - 1,08		35.708,200	
Unión Europea	50.898,826*	-	1,30	37.306,106	

*La mayor parte de las ofertas que no fueron aceptadas en la 1ª licitación, fueron presentadas en la 2ª licitación a un menor precio.

Eso supuso que tan solo fuesen admitidas 4.906,106 toneladas en toda la UE, de las que 4.508,2 toneladas corresponden a España. Italia y Portugal no presentaron ninguna oferta. Hay que destacar que en España se presentaron ofertas por un volumen superior a las 20.000 toneladas, de las que solo se aceptaron 16.668,92 toneladas rechazándose el resto por defectos de forma.

El hecho de que el volumen ofertado a la inmovilización fuese menor que el esperado por los operadores del sector tuvo una consecuencia inmediata, un nuevo parón de los precios, cortándose así la tendencia alcista.

Sin embargo, en la segunda licitación que se cerró el 16 de julio, el volumen de ofertas mejoró sustancialmente al alcanzar la cifra de 31.468,438 toneladas. Esto hizo que el mercado reaccionase nuevamente al alza y, una vez conocida la decisión de la Comisión de aceptar las ofertas por debajo de 1,3€/t y día, que suponía inmovilizar un volumen de 32.700 t en la UE de las que 31.200 t correspondían a España, no hay duda de que la tendencia alcista se mantendrá poniendo el precio del aceite de oliva a un nivel más digno para las economías de los productores. Hay que tener en cuenta que los stocks de final de campaña pueden acabar por debajo de 200.000 toneladas a 1 de noviembre; si contamos el aceite inmovilizado, quedarán menos de 164.000 toneladas, cifra totalmente insuficiente para cubrir el enlace de



campaña de dos meses que supone unas 200.000 toneladas.

No hay duda de que la apertura del mecanismo de almacenamiento privado ha tenido una clara repercusión en el mercado. Sin embargo, debemos destacar que la decisión de la Comisión se ha tomado muy tarde, perdiéndose la oportunidad de que la recuperación de precios se hubiera producido al principio de la

campaña. Ello ha supuesto una grave pérdida de ingresos para el sector productor de aceite de oliva y provocado que muchas explotaciones oliveras produzcan por debajo del umbral de rentabilidad.

La experiencia aportada en esta campaña será motivo de reflexión y nadie duda de que este mecanismo necesita una importante mejora en su funcionamiento ■



Jornada Técnica de Aceituna de Mesa en Osuna (Sevilla)

Las fusiones de las cooperativas lograrán una mayor competitividad en los mercados

El pasado 9 de junio se celebró en la Escuela Andaluza de Economía Social, en Osuna, Sevilla, la Jornada Técnica de Aceituna de Mesa organizada por Cooperativas Agro-alimentarias. La jornada se planteó como un punto de encuentro del sector cooperativo español de aceituna de mesa, en el que intercambiar opiniones sobre los problemas que afectan al sector y tratar de dar pautas de comportamiento para mejorar la situación del sector, en general, y de las cooperativas en particular

Tal como comentó el presidente del sector, Emilio Pabón, en la inauguración de la jornada, esta campaña 2008/09 se encuentra inmersa en una crisis económica mundial que está afectando en mayor o menor medida al conjunto de la actividad de nuestro economía y, como no podía ser de otra manera, al sector de aceituna de mesa.

Así, en nuestro sector se pueden apreciar cambios en los hábitos de consumo de aceituna de mesa en la medida que los consumidores parecen inclinarse por presentaciones de menor coste. También se están produciendo cambios en la manera de operar en el mercado, con una reducción considerable de los stocks de este producto en la gran distribución, con operaciones de compra-venta a muy corto plazo y con el temor del sector de que, al tratarse de un producto que no es de primera necesidad, el mercado se pueda contraer.

Ante esta situación desde Cooperativas Agro-alimentarias se decidió analizar de manera conjunta la situación real del mercado y las expectativas de futuro, especialmente en los mercados exteriores, que permitan a las cooperativas tomar decisiones coherentes.

Asimismo, se consideraba necesario analizar las actividades que está desarrollando la Interprofesional -INTERACEITUNA- encaminadas a promocionar el producto para incrementar su consumo y abrir nuevos mercados, tanto nacionales como mundiales, para dar mayor fluidez a

la salida de este producto. Los programas de I+D+i que realiza INTERACEITUNA pretenden dotar al sector de mayor competitividad, lo que permitirá mejorar la rentabilidad de las explotaciones y que las aceitunas españolas sean más competitivas.

En este contexto, era previsible que las jornadas tuvieran un marcado carácter "de mercado". Así, Carlos Sánchez Laín, Director de la Agencia para el Aceite de Oliva, hizo un análisis del mercado de aceituna de mesa español en el que comparó el comportamiento de la actual campaña con la anterior. Resaltó que, a pesar de que esta campaña empezó con unos excedentes muy altos (340.000 toneladas frente a las 270.000 toneladas de la campaña anterior), la menor cosecha (485.000 toneladas frente a las 553.000 toneladas de la pasada), ha supuesto que las existencias a finales del mes de marzo fuesen similares a las de la pasada campaña (520.000 toneladas frente a las 505.000 toneladas de la anterior).

Estos datos ponen en evidencia que la aceituna comercializada en esta campaña había sido 20.000 toneladas inferior a la pasada, lo que era un dato a tener muy en cuenta. Sánchez Laín realizó un interesante análisis de la situación por variedades donde se puso de manifiesto que el comportamiento entre variedades era muy dispar. Así, en esta campaña las variedades Manzanilla y Gordal han tenido una producción superior a la pasada; y que tan solo la varie-



dad Carrasqueña se ha comercializado en mayor volumen; la Manzanilla mantenía el mismo volumen de comercialización y el resto de variedades había sufrido una bajada del volumen comercializado. El resultado es que las existencias de las variedades Manzanilla, Gordal y Cacereña a finales de abril eran superiores a las de la campaña pasada en esa misma fecha, y el resto de variedades habían disminuido sus existencias.

Por su parte, José Manuel Escrig, Director adjunto de ASEMESSA, realizó una interesante exposición sobre las perspectivas de futuro de los mercados nacional e internacional de aceituna de mesa. Sobre el mercado internacional, facilitó datos sobre la evolución de las producciones y consumo a nivel mundial y a modo de conclusión resaltó:

➤ España es el primer país productor y exportador del mundo con una gran diferencia frente al segundo.



- El mercado mundial de Aceituna de Mesa se encuentra en expansión con tasas de crecimiento elevadas a largo plazo.
- En los últimos años, aumenta la competencia de nuevos países capaces de competir en los principales mercados: Grecia, Argentina, Egipto y Turquía.
- El consumo de Aceituna se ha duplicado en los últimos años gracias a la apertura de nuevos mercados.
- En cuanto al mercado nacional se aprecia un descenso generalizado del consumo desde hace 8 años que es compensado en cierta medida por el incremento de las exportaciones.

Por todo ello, desde ASEMESA se considera necesario que se produzca una ordenación del sector y del mercado que garantice una rentabilidad mínima para productores e industriales, dado el gran número de operadores existentes. Además, se

aprecia una clara orientación al volumen más que a la calidad, por lo que se considera necesaria una estrategia de autorregulación para prestigiar este producto y por lo tanto es necesario incrementar la promoción. Asimismo, hay que incrementar la competitividad, modernizando las industrias y los procesos de elaboración, así como poner a punto la recolección mecanizada.

Durante la Jornada tuvo lugar una mesa redonda en la que participaron representantes de los 3 mayores grupos cooperativos de Aceituna de Mesa: Alfredo Martín por AGROSEVILLA, Francisco de Mora por HOJIBLANCA y Casto Prieto por ACENORCA. Tras exponer su visión particular sobre la situación del mercado y sus estrategias para afrontar el futuro, coincidieron básicamente con las apreciaciones de los ponentes anteriores e hicieron hincapié en otros aspectos como la importancia que va adquiriendo la marca de la Distribución, la mayor concentración de la Distribución y de los proveedores, las exigencias de calidad y seguridad alimentaria, la necesidad de diferenciar la aceituna española y posicionarla en nichos superiores a los actuales, la importancia de la calidad, la innovación y desarrollo de programas de I+D+i. Pero para lograr todo ello, se considera imprescindible concentrar la oferta mediante fusiones que sitúen a las cooperativas a un mayor nivel competitivo en el mercado. Asimismo, se hizo hincapié en continuar con las campañas de promoción iniciadas con fondos aportados por el sector a través de la Interprofesional, INTERACEITUNA.

Paloma Escorihuela, Jefe de departamento de Alimentos del ICEX, hizo una exposición sobre los servicios que presta el ICEX a las empresas españolas en cada una de las fases de su proceso de internacionalización, fundamentalmente en sus servicios de información, promoción y formación. Asimismo, expuso las actividades de promoción que está desarrollando el ICEX en colaboración con INTERACEITUNA y EXTENDA en el sector de aceituna de mesa.

Rafael Sánchez de Puerta de Cooperativas Agro-alimentarias expuso las diferentes actividades desarrolladas por INTERACEITUNA y el presupuesto asignado a cada actividad:

- Promoción: 1.140.000€ en mercados exteriores y 760.000€ en mercado nacional.
- Mejora de la información y conocimiento de las producciones y los mercados: Sistema de aforo de cosecha, 30.000€.
- Programas de I+D+i y Estudios: 620.000€ que se destinan a investigación sobre propiedades y atributos saludables; medio ambiente; recolección mecanizada y defensa de la Aceituna de España.

Finalmente, Victorino Vega, asesor técnico en I+D+i en IFAPA presentó las últimas novedades que había sobre el proyecto multidisciplinar que se está desarrollando de Recolección mecanizada de Aceituna de Mesa. El proyecto ya bastante avanzado, supondrá un cambio importante en las técnicas que deberá utilizar el agricultor, ya que la recolección mecanizada afectará no solo al aspecto puramente mecánico, como es el de recolectar la aceituna de manera que esta sufra el menor daño posible, sino que irá acompañada de una serie de cambios culturales que deberá adoptar el agricultor para que esta práctica sea viable. En cualquier caso, la implantación de este sistema permitirá al olivar español ser más competitivo.

En definitiva, las jornadas tuvieron un marcado perfil comercial en el que se debatió la situación actual y cuales son las tendencias por las que habrá que apostar en un futuro inmediato. Se insistió en la necesidad de mantener o incluso aumentar la actividad de promoción y se incidió en las actividades puestas en marcha para mejorar la competitividad del olivar y las industrias españolas ■

Las ponencias,
disponibles en nuestra web.

www.agro-alimentarias.coop

