



Chicago Board of Trade (CBOT). Mercado de futuros de Chicago

MFAO, una herramienta cargada de futuro



Antonio Martínez

En el año 2004 empezó a trabajar en España el único Mercado de Futuros de Aceite de Oliva (MFAO) del mundo. Todo un hito en un sector poco acostumbrado a cambios revolucionarios. De hecho, han sido necesarios cinco duros años de trabajo para lograr niveles de contratación significativos. En buena medida, la falta de la implicación del sector productor está detrás de la escasa actividad en este tiempo. A pesar de ello nadie discute que el mercado es necesario. En eso coinciden productores e industrias.

Los mercados mundiales de materias primas se mueven al ritmo que marca la ciudad de Chicago. Allí se encuentra el principal mercado de futuros sobre materias primas, el Chicago Board of Trade (CBOT). Los contratos que se negocian a diario marcan tendencia en las cotizaciones del petróleo, cobre o acero de todo el mundo. Lo mismo podemos decir del maíz, soja o zumo de naranja concentrado. “El mercado de futuros nace precisamente en el sector agroalimentario”, nos aclara Jesús María Simón, profesor de Marketing en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos de la Universidad Politécnica de Madrid.

El mercado de Chicago se fundó en 1848 y sentó las bases de la negociación con futuros. “Operar en futuros es contratar un producto en el presente, a un precio determinado, para ejecutar la operación en el futuro”, según la definición de Simón. Los agricultores y comerciantes norteamericanos trataban de superar ciertos problemas del mercado físico tradicional. “En la agricultura, el mayor problema es que sólo se produce una vez al año, cuando se recoge al cosecha. El agricultor ha de esperar hasta que un comprador se decida a adquirir su producto”. Los agricultores se juegan todo a una carta. El mercado físico no es mucho más seguro para los compradores “que no pueden adquirir todo de una vez. Realizan las compras en función de cómo evolucionen sus ventas”. El mercado de futuros trabaja como una red de seguridad para ambos. El productor adquiere el compromiso de entregar un producto en el futuro y se garantiza un precio para su cosecha, sin esperar siquiera a su recolección. El comprador, por su parte, logra un sumi-

nistro a lo largo del tiempo, a un precio que no va a variar. Ambos se cubren las espaldas. Luego la evolución de los precios puede beneficiar a unos o a otros, pero en ambos casos se han garantizado unas coberturas, que de otra forma no tendrían.

Los mercados de futuros son maquinarias complejas y bien engrasadas que se rigen por principios que los técnicos conocen bien. “Básicamente se trabaja con productos no perecederos -aclara José María Simón-, y sólo con materias primas”. Por supuesto estamos hablando de un mercado organizado, en el que una empresa o institución ejerce de mediador entre ambas partes, partes que no se conocen y que, además, garantiza que los contratos se van a ejecutar cuando llegue la fecha.

Y no podemos olvidar otro detalle importante, un mercado de futuros sólo puede sustentarse en una gran producción de una determinada materia prima, “o lo que es lo mismo -aclara José María Simón- tiene que haber muchos compradores y vendedores. ¿Qué sentido tendría crear un mercado de futuros sobre maíz en España, cuando la producción nacional es muy corta?”.

EL ACEITE COGE EL TESTIGO

Pero la idea del mercado de futuros había calado en España. El sector del aceite de oliva y Jaén tomaron el testigo. El 6 de febrero de 2004 echó a andar el Mercado de Futuros del Aceite de Oliva (MFAO). Y esta vez parece que los promotores habían aprendido la lección. “Está bien diseñado”, según la valoración que hace Jesús María Simón. “El del aceite es el mercado perfecto. Un producto no perecedero y perfectamente *estandarizable*”.

MERCADO DE FUTUROS DE VALENCIA

Cierto, no somos un gran productor de maíz. Pero, si hablamos de naranjas somos una potencia mundial. Así, no es de extrañar que, a mediados de la década de los 90 del pasado siglo, Valencia tuviera la tentación de copiar el modelo de Chicago para su producto estrella. Nació el primer mercado de futuros sobre materias primas de España, el de Cí-

tricos de Valencia. No era una idea descabellada, "la operación era lógica ya que es el principal exportador de cítricos de Europa". Felipe Sánchez, habla con conocimiento de causa ya que fue el responsable del Marketing del Mercado de Futuros de Cítricos de Valencia y vivió el fracaso de la operación en el año 2003. "No existe una causa única que explique el fracaso del Mercado de Futuros de Cítricos de Valencia. La primera a la que nos podemos

referir es a su complejidad. No era un producto sencillo para cooperativas y citricultores, que se preguntaban: ¿Dónde están las naranjas?". Visto con la perspectiva que da el tiempo, parece que se cometieron errores de bulto. "Estábamos trabajando con un producto perecedero y difícilmente estandarizable". José María Simón, profesor de Marketing en la ETSIA de la Universidad Politécnica de Madrid da máxima importancia a

esos dos elementos, "hubo problemas a la hora de definir la calidad de las partidas de naranjas". En esas circunstancias era difícil que alguien formalizara un contrato de futuros sobre un producto del que no se podía conocer con exactitud cual era su calidad. Pero, para Felipe Sánchez lo verdaderamente determinante fue que "el sector citrícola no se lo creyó y no hizo suyo el mercado".

No obstante, la principal baza del Mercado de Futuros del Aceite de Oliva fue la buena acogida que le brindó un sector necesitado de un nuevo impulso. Productores e industriales no dudan en calificar el mercado del aceite español como opaco. Es muy difícil conocer qué ocurre de verdad, en especial en lo referente a los precios. Estamos hablando de un negocio en el que la oferta está repartida entre 1.738 almazaras. Un sector en el que el intermediario, el corredor, ha sido el instrumento básico para hacer mercado.

// UN MERCADO DE FUTUROS SÓLO PUEDE SUSTENTARSE EN UNA GRAN PRODUCCIÓN DE UNA DETERMINADA MATERIA PRIMA //

Ante ese panorama, muchos saludaron al MFAO como elemento modernizador del aceite de oliva español. Uno de esos convencidos es Pedro Luis Rubio, presidente de la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (Anierac), "hay mecanismos de precios arcaicos. Cuando el mercado se rige con criterios subjetivos, funciona a tirones. Un mercado más técnico es también más objetivo". En ese sentido MFAO aporta, ante todo, transparencia, "algo que consideramos crucial. Conocer en cada momento cómo se comporta el mercado es francamente positivo". Javier Lara, director del Departamento de Aceite de Oliva de Cooperativas Agro-alimentarias, se refiere a la información que la Web del MFAO recoge de las operaciones diarias.

En ese sentido José Luis Alonso, director general del Mercado de Futuros aclara que "absolutamente todas las operaciones realizadas se hacen públicas en cuanto a volu-



QUIÉN DICE QUÉ

// "Operar en futuros es contratar un producto en el presente, a un precio determinado, para ejecutar la operación en el futuro".

JESÚS MARÍA SIMÓN, PROFESOR DE MARKETING EN LA ETSIA DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID //

// "Hay mecanismos de precios arcaicos. Cuando el mercado se rige con criterios subjetivos, funciona a tirones. Un mercado más técnico es también más objetivo".

PEDRO LUIS RUBIO, PRESIDENTE DE ANIERAC //

// "Absolutamente todas las operaciones realizadas se hacen públicas en cuanto a volumen, precio y vencimiento operado, quedando plenamente en el anonimato los participantes en dichas operaciones. Tenemos constancia de que a nivel de instituciones de la UE, nuestras operaciones son consultadas diariamente y que han comenzado a firmarse contratos de físico referenciados a los precios de MFAO".

JOSÉ LUIS ALONSO, DIRECTOR GENERAL DEL MERCADO DE FUTUROS DEL ACEITE DE OLIVA //

// "El principal problema lo hemos encontrado con el sector productor. La concentración en grandes plataformas nos puede ayudar".

MANUEL LEÓN, PRESIDENTE DE MFAO //

// "Algo falla. El mercado de futuros es una herramienta financiera. Aquí entramos en el problema de falta de profesionalización de las almazaras cooperativas".

JAVIER LARA, DIRECTOR DEL DPTO. DE ACEITE DE OLIVA DE COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS //

men, precio y vencimiento operado, quedando plenamente en el anonimato los participantes en dichas operaciones. Tenemos constancia de que a nivel de instituciones de la Unión Europea (UE), nuestras operaciones son consultadas diariamente y que han comenzado a firmarse contratos de físico referenciados a los precios de MFAO". Y eso sin hablar de la gran ventaja de este instrumento, la cobertura sobre los

precios que logran vendedores y compradores.

LOS PRODUCTORES NO SE MOJAN

No obstante, los resultados han sido bastante discretos en los seis años que lleva funcionando MFAO. El propio presidente del Mercado, Manuel León, lo admite, "es cierto que ha costado arrancar". Hasta el

ejercicio 2009 las transacciones no habían superado los 60.000 contratos (un contrato equivale a una tonelada de aceite), una cifra ridícula. Y en esto llegó 2009 con 143.000 contratos, que todos confían en que se conviertan en 200.000 para en año en curso. "El principal problema lo hemos encontrado con el sector productor", según el análisis que hace Manuel León.

Javier Lara, responsable de Aceite de la

MFAO (MERCADO DE FUTUROS DEL ACEITE DE OLIVA)

CÓMO FUNCIONA

// A la hora de afrontar el funcionamiento de un Mercado de Futuros hemos de aclarar que cuando se hace una oferta, esta no tiene que ir respaldada necesariamente por aceite, puede estar aún en el árbol, "si tu almazara maneja de media unos cinco millones de kilos sabes que puedes colocar una parte sin necesidad de tenerla físicamente", aclara el presidente de MFAO, Manuel León.

Pero antes de nada, compradores y vendedores han de darse de alta en el mercado a través de las entidades colaboradoras. A partir de ese momento se puede empezar a operar, teniendo en

// COMPRADORES Y VENDEDORES HAN DE DARSE DE ALTA EN EL MERCADO A TRAVÉS DE LAS ENTIDADES COLABORADORAS. A PARTIR DE ESE MOMENTO SE PUEDE EMPEZAR A OPERAR, TENIENDO EN CUENTA QUE CADA CONTRATO EQUIVALE A UNA TONELADA DE ACEITE DE OLIVA LAMPANTE //

cuenta que cada contrato equivale a una tonelada de aceite de oliva lampante, "aunque las operaciones se suelen realizar por bloques de 25 t, que es lo que cabe en una cisterna. Cuando se hace la oferta, se realiza por una cantidad de aceite, una precio y una fecha" eso sí, teniendo en cuenta que hay vencimientos de los contratos cada tercer lunes de los meses impares del año (enero, marzo, mayo, julio, septiembre y noviembre). Las órdenes entran en el sistema informático. "Cuando oferta y demanda coinciden se realiza la operación. El mercado aplica una comisión de cuatro euros por contrato. Además, los operadores han de depositar una fianza del 6% del montante de la operación". La identidad del comprador y el vendedor se mantiene en secreto. Ahora sólo cabe

// CRISTÓBAL GALLEGO, PRESIDENTE DE JAENCOOP, VE OTRA VENTAJA INNEGABLE. "LA GARANTÍA DE LA OPERACIÓN. ESO ES IMPORTANTE EN UN MERCADO EN EL QUE UN IMPAGO SUPONE UN FUERTE QUEBRANTO PARA UNA COOPERATIVA. AQUÍ TODO ESTÁ GARANTIZADO. NO HAY PELIGRO DE IMPAGOS", AÑADE //

comprobar cómo evoluciona el mercado. Pero hay que hacer una aclaración, la operación no es inamovible. Hay marcha atrás. "En el caso de que los productores quieran revertir la operación, pueden hacer una oferta contraria, de compra. De hecho, en 2009 tan sólo se realizaron un 15% de entregas físicas del aceite contratado en el mercado". En el caso de llegar a vencimiento, el aceite se entrega en los almacenes del Patrimonio Comunal Olivarero, aunque existe la posibilidad de aceptar otras instalaciones.

UN PRODUCTO ESTANDARIZADO

El Mercado de Futuros trabaja con aceite de oliva de calidad lampante que viene definido por una serie de indicadores físico-químicos. El primero es una acidez por debajo de 5º. El nivel de ceras ha de ser inferior a 300 partes por millón. Los alcoholes alifáticos han de mantenerse por debajo de 350 partes por millón. Finalmente, el nivel de eritrodio+uvaol ha de estar presente en un porcentaje inferior al 4,5%. Ahora bien, el propio Mercado de Futuros ha establecido una fórmula que permite realizar correcciones automáticas en aceites de peor o mejor calidad, lo que ofrece garantías adicionales a los operadores. Saben que no se van a encontrar con sorpresas. De esta forma se ha establecido

reversiones o correcciones para cada una de los indicadores físico-químicos del aceite. Así, para la acidez se ha fijado que por cada grado de variación una reversión de 30 €, estableciendo como base un grado.

Para el nivel de ceras se ha fijado una reversión de 60 €/t por cada 100 partes por millón que se desvíe del estándar de negociación. En este caso la base se ha establecido en 120 partes por millón. Para el eritrodio+uvaol la reversión se ha establecido en 40 €/t por cada uno por ciento de desviación, estableciendo la base en un 2,5%.

VENTAJAS PARA LAS ALMAZARAS

Cristóbal Gallego, presidente de la cooperativa de segundo grado Jaencoop, pone un ejemplo práctico de las ventajas que operar en MFAO tiene para los productores. "Hay momentos en que la utilizamos cuando no hay salidas de aceite. Por ejemplo, se utilizó cuando recurrimos al almacenamiento privado subvencionado". El aceite estaba inmovilizado y no podía salir al mercado. "Para liquidar a los socios se acudió al Mercado de Futuros y de esta forma logramos un precio de garantía al que se podía pagar a los cosecheros". Gallego ve otra ventaja innegable, "la garantía de la operación. Eso es importante en un mercado en el que un impago supone un fuerte quebranto para una cooperativa. Aquí todo está garantizado. No hay peligro de impagos". //

Cooperativas Agro-alimentarias asume que, efectivamente, los productores no han estado a la altura de lo que se esperaba de ellos. "Algo falla. El mercado de futuros es una herramienta financiera. Aquí entramos en el problema de falta de profesionalización de las almazaras cooperativas". Difícilmente una pequeña cooperativa puede permitirse el lujo de tener un profesional con los conocimientos y la autonomía suficiente como para desenvolverse en un mercado como este. "Tienen un déficit de profesionales. Es una evidente debilidad -sentencia Manuel León- por eso, la concentración en grandes plataformas nos puede ayudar".

El presidente del MFAO se refiere al proceso que, fundamentalmente en Andalucía, han emprendido las almazaras cooperativas para ganar tamaño a base de fusiones e integraciones en grandes grupos. Estructuras mucho más profesionalizadas. Es el caso de la Interoleo-Picual empresa que canaliza la producción de un grupo importante de almazaras de la provincia de Jaén. El presidente del Consejo de Administración, José Gilabert, entiende que el futuro

// LA PRINCIPAL BAZA DEL MERCADO DE FUTUROS DEL ACEITE DE OLIVA (MFAO) FUE LA BUENA ACOGIDA QUE LE BRINDÓ UN SECTOR NECESITADO DE UN NUEVO IMPULSO. PRODUCTORES E INDUSTRIALES NO DUDAN EN CALIFICAR EL MERCADO DEL ACEITE ESPAÑOL COMO OPACO //



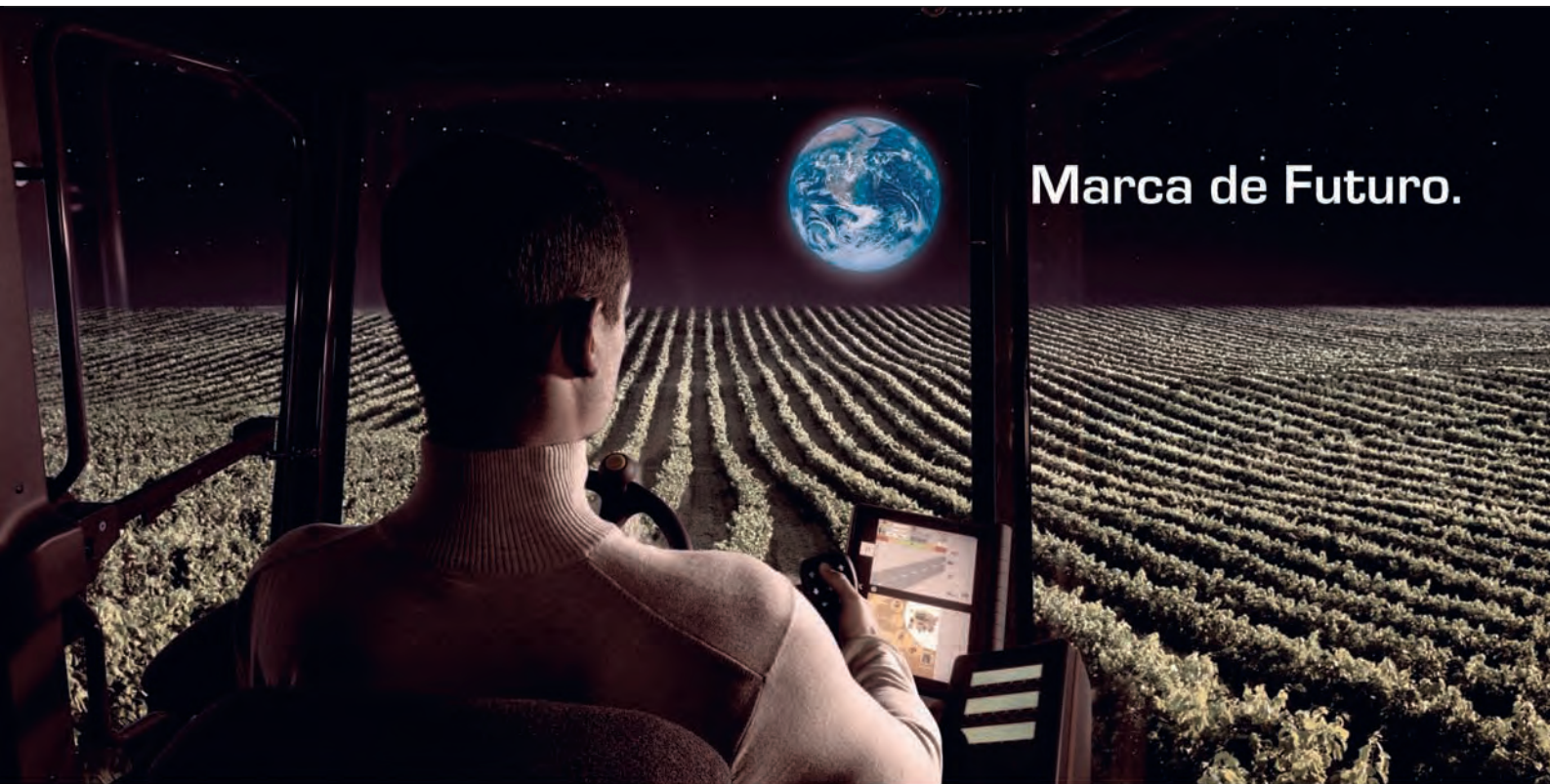
pasa por ahí, "ahora no estamos trabajando en el mercado, pero lo vamos a hacer. Es útil. Cuantos más participemos los productores, más podremos influir en él".

Javier Lara está convencido que la propia necesidad va a obligar a todos a dar el paso, "a medida que el precio ha ido a la baja,

la gente ha espabilado. Antes, con precios altos, todos estaban tranquilos. Ahora se busca cualquier herramienta que te ayude a sacar rentabilidad a tu aceite".

Y lo cierto es que el futuro inmediato se plantea complicado, entiende Manuel León, "los productores se tienen que poner la pila. Estamos en un escenario que anuncia precios bajos en el aceite para los dos próximos años. Parece que va a existir una oferta importante de aceite de oliva".

La herramienta está ahí. Es el sector el que la tiene que poner a trabajar. La sombra del fracaso de Valencia aún está ahí. "El mercado de futuros se lo tienen que crear las industrias y los agricultores, de otra forma no funcionará", asegura categórico Pedro Luis Rubio.



Marca de Futuro.



Antes, vendimiábamos.

Ahora, gestionamos su cosecha.

La nueva gama Grégoire introduce la vendimiadora en una nueva dimensión: la del confort, el diseño, la gestión inteligente de la vendimia y una calidad de recolección jamás imaginada. Además, su bajo consumo optimiza su rendimiento económico y limita su impacto ambiental.

Descubra su marca de futuro y todas las innovaciones exclusivas Grégoire en www.gregoiregroup.com o en su concesionario oficial.

GREGOIRE
PASSEZ À L'AVENIR