

SECTOR ACEITERO

EMPRESAS FUERTES PARA COMPETIR EN EUROPA

■ ADOLFO CRESPO

Presidente Ejecutivo de KOIPE



Pocos sectores han pasado tantas vicisitudes y han experimentado tantos cambios, muchos traumáticos, como los que han ido sucediéndose en la producción y comercialización de aceites en España.

Mi experiencia profesional empezó en la industria aceitera hace 30 años. Aunque es mucho tiempo, a mí me parece poco para tal cúmulo de cambios y de situaciones, algunas de las cuales pueden parecer hoy inverosímiles.

Estos cambios han afectado a la producción, la transformación y la comercialización, siendo particularmente importantes las distintas situaciones que, desde fuera, han condicionado el desarrollo y la modernización del sector.

Hace 30 años, el único aceite

producido en España era el de oliva, siendo prácticamente desconocido el cultivo de girasol oleaginoso en nuestro país. El gran déficit de aceites vegetales era cubierto con soja de importación o con aceite de cacahuete, cuyo consumo llegó a ocupar una destacada segunda posición tras la oliva. Hoy España cubre sus necesidades y puede llegar a exportar excedentes.

También la transformación y manipulación de los aceites ha ido adaptándose al desarrollo tecnológico. He conocido el transporte de aceite en bidones de 200 y de 600 Kgs., sin que casi existiesen otros medios logísticos. Las tiendas, con su medidor de émbolo, contemplaron como un gran avance técnico el suministro desde un camión cisterna que, con su manguera, servía y medía el aceite directamente, sin

necesidad de llevar el bidón rodando por los suelos.

El envasado en botellas de vidrio recuperable y después los plásticos blandos y duros desplazaron la venta a granel. Los olivas suaves desplazaron los fuertes aceites de hasta 5° de acidez. Hoy, el oliva, quizás como reacción, se consume con sólo décimas de acidez, compartiendo el mercado con el aceite de girasol. El envasado del aceite es total y parecen lejanas las épocas del granel.

El cambio de la distribución y de la comercialización también ha sido notable, con el conocido y común desplazamiento de la pequeña tienda tradicional al autoservicio más o menos grande y a los hipermercados. Los almacenistas de "coloniales" han dejado paso a grandes empresas y asociaciones de almacenistas y tiendas.

Todos estos cambios han afectado a todos los sectores de alimentación, son comprensibles y responden a tendencias lógicas que ha asumido la producción, la industria y la distribución de forma natural, con sus secuelas de éxitos y fracasos, en las que tantos pequeños y grandes negocios se quedaron en el camino.

UN SECTOR INTERVENIDO

Pero es necesario señalar otras circunstancias muy específicas del sector aceitero, cuya racionalidad hoy es difícil de comprender. Su incidencia sobre el sector ha sido decisiva y no debe ser olvidada si se quiere comprender la situación actual del sector.

Las empresas envasadoras o, más ampliamente, las transformadoras-comercializadoras de aceites, han tenido que enfrentarse a situaciones que han sido un freno a su desarrollo y a la libre selección que impone el mercado.

En primer lugar, hay que tener en cuenta la fuerte intervención oficial sobre el sector de aceites español. Cupos de oliva, comercio de Estado de semillas, han sido factores clave

para un desarrollo normal de la actividad, ya que condicionaban las calidades y hasta limitaban la propia disponibilidad del producto.

También los precios y los márgenes han venido enmarcados, hasta hace poco, por políticas de precios vigilados o comunicados, que impedían a las empresas competir libremente, provocando a veces situaciones límite, en las que un retraso en la revisión de precios, provocaba irremediables deterioros en el balance, y poco a poco la descapitalización de muchas empresas, que impedía su modernización y salida al exterior.

La venta a granel ha estado autorizada durante mucho tiempo, cuando en toda Europa los aceites se vendían envasados, y ello a pesar de la lucha constante del sector envasador para evitar semejante situación, sin que sus argumentaciones encontrasen eco positivo ni en las instancias oficiales ni en la misma producción.

Falta de rigor en la vigilancia de la calidad y pureza de los aceites o de los sistemas de comercialización, venta ambulante, empresas sin Registro Sanitario, etc., tuvieron graves consecuencias, siendo la más trágica el síndrome tóxico de 1981.

Todo este cúmulo de situaciones ha sido determinante para que no surgieran en España grupos suficientemente fuertes en el sector aceitero -a pesar de contar con todos los elementos necesarios de producción y consumo- que se hubieran consolidado como empresas líderes en Europa.

Además de las empresas, otro afectado por el entorno ha sido el aceite de oliva. La ausencia durante años de envasado obligatorio, la baja rentabilidad del sector, los cupos y asignaciones de aceites almacenados en malas condiciones, cientos de empresas envasadoras que hacían difícil la racionalización de las reglas de juego entre producción y consumo y otras circunstancias, han hecho que el aceite de oliva español, envasado y bajo marca, no haya podido ocupar en el mercado internacional

el puesto predominante que le corresponde.

MODERNIZACION ACELERADA

Tras esta evolución histórica, el sector aceitero español se ha visto obligado a acelerar, durante los últimos años, un rápido proceso de modernización, coincidente con la desaparición de las trabas que encorsetaban la libre competencia y la eficacia.

En la década de los 80, KOIPE absorbió SALGADO y el nuevo Grupo fue participado mayoritariamente por LESIEUR. Años más tarde, ELOSUA adquirió CARBONELL consolidándose otro Grupo de similar dimensión, pero sin el apoyo de un operador extranjero que consolidase el Grupo ante el reto de desarrollo que impone el mercado europeo. Los años 90 se iniciaron con la compra de COSTA BLANCA por AGRA, conformándose otro Grupo de gran importancia en España y de gran dimensión europea. En el mercado siguen operando otras empresas eficaces y que dominan mercados regionales, en base a su conocimiento del sector, es el caso de IBARRA, TOLEDO, SUR, PONT y ARLESA, entre otros.

Junto a este más claro panorama empresarial y de mercado, quedan aún problemas por resolver, cuya solución debe culminar la ordenación natural del sector.

En primer lugar, no se ha definido aún el proyecto cooperativo, que recoja lo que es recuperable de las antiguas UTECO-COOSUR- MERCO. El esfuerzo y las grandes cifras que los recursos públicos invirtieron en aquellos proyectos, no deben esfumarse en su totalidad. Sean quienes fueren los accionistas del nuevo proyecto, deben adoptarse las normas de mercado y configurar una empresa llamada a ocupar un puesto relevante en el mercado.

EMPRESAS FUERTES

Otro tema aún no resuelto es la configuración en España de una gran

empresa aceitera, líder indiscutible de aceite de oliva, con recursos y dimensión para asumir la exportación marquista de aceite de oliva español envasado.

Independientemente de consideraciones accionariales, se puede imaginar un escenario de colaboración total entre KOIPE y ELOSUA, que en sí mismo constituiría el grupo más importante de Europa de envasado de aceites. Se perfilaría un grupo con dimensión y fuerza que desarrollaría la exportación para liderar el sector hacia su total modernización.

Un efecto claro de esta situación, sería una clara posibilidad de diálogo con la producción que permitiera desarrollar el mercado de origen, estabilizando los precios y dirigiendo la producción hacia los aceites de oliva de gran calidad, cuyo precio debe ser la mejor garantía de rentabilidad del sector productor.

Mercados de origen internacionales y mercado consumidor europeo son el reto de toda la industria, y desde luego, del sector envasador. Este reto sólo puede vencerse con eficacia, y esta eficacia va unida a una determinada dimensión o a una especialización de mercados y productos que garanticen el futuro de las empresas, cuyo tamaño se adapte a esta posición.

No sólo la dimensión y la eficacia marcarán el futuro del sector, sino también la estabilidad accionarial y los medios que el accionista pone a disposición de la empresa.

Espero que España tenga la empresa y el proyecto válido, que debe tener por sus condiciones y tradición aceitera. Todo ello sin que se destruyan proyectos por el origen de los medios financieros puestos en juego, o por el temor a la dimensión de la empresa. Este temor lo han perdido hace mucho tiempo otros países y eso ha permitido a sus empresas vencer en la difícil competencia que existe en todo el mundo y en todos los sectores.

