

Investigación y transferencia del riego de olivar en Andalucía

Dispersión de la verticilosis a través de las hojas de olivos infectadas por el patotipo defoliante

Corrección de deficiencias nutricionales mediante fertilización foliar en olivar

Comparación del potencial productivo de las plantaciones intensivas y superintensivas



El aceite de oliva

contará por fin con su extensión de norma en 2008/09

Alfredo López. Redacción

Una de las noticias más esperadas en uno de los sectores punteros de la economía agroalimentaria española era que el conjunto del sector del aceite de oliva, a través de la organización interprofesional, se pusiera de acuerdo, por fin, para aprobar la aplicación de la denominada extensión de norma.

Esta decisión debería permitir destinar, por medio de una pequeña derrama económica, fondos propios para la realización de actividades de promoción comercial en los mercados, sobre todo del exterior, mejorar la información y el conocimiento sobre las producciones y los mercados, así como realizar programas de investigación, desarrollo e innovación tecnológica (I+D+i) y estudios en principio durante las tres próximas campañas 2008/09, 2009/2010 y 2010/2011.

Por otro lado, y en lo que se refiere a la actual campaña de comercialización 2007/08, destacar que la misma transcurre en un ambiente muy tranquilo, con las ventas al exterior subiendo casi un 25% y superando ya lo comercializado para consumo interno.

A finales del pasado mes de febrero, la Asamblea General de la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español (Interoliva), integrada por productores y cooperativas (ASAJA, UPA y CCAE), industriales almazareros (Infaoлива), exportadores (Asoliva) y envasadores (Anierac) llegaba a un acuerdo, tras años de trabajo y al que no se ha sumado COAG por ahora, sobre cómo sacar adelante y aplicar la extensión de norma a partir de la próxima campaña 2008/09, lo que supondrá, si van bien las cosas, poder destinar 7,2 millones de euros de los fondos aportados por el propio sector para la promoción, investigación, desarrollo e innovación del aceite de oliva y a realizar un seguimiento del mercado.

Ahora deberá esperarse a que el MAPA convoque la reunión del Consejo General de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias (COIA) en la que se aprobará la petición en este sentido de Interoliva y luego su publicación para información pública en el Boletín Oficial del Estado (BOE), con el fin de que todo esté preparado para su entrada en vigor a partir de la cosecha de aceituna del próximo otoño.

Fuentes del propio sector esperan también que a estos recursos económicos puedan unirse otros de carácter público e institucional para aunar esfuerzos en un mismo sentido, a fin de dar cumplimiento al principal objetivo previsto con estas actuaciones, como es que el acei-

Cuadro I.

Extensión de norma en aceite de oliva.

Periodo de vigencia	2008/09, 2009/10 y 2010/11
Aportación económica	6€/t
- Cuota de producción y elaboración	3€/t
- Cuota de comercialización	3€/t
Estimación media de producción	1.200.000 t
Ingresos medios previstos	7.200.000 €
- A medidas de promoción	5.760.000 €
- A información, estudios de mercado y programas de I+D+i	1.440.000 €

Fuente: OIA del aceite de oliva español.

te de oliva español y su calidad ocupen una posición de liderazgo mundial en los mercados, al igual que ya lo ocupa en superficie de olivos y producción.

Tal y como se resume en el **cuadro I**, la vigencia de esta extensión de norma será en las tres próximas campañas 2008/09, 2009/10 y 2010/11 y la aportación económica global alcanzará los 6 €/t de aceite de oliva que se comercialice, de los que el 50% ó 3 €/t será la cuota a aplicar sobre la producción y la elaboración de este producto y el 50% restante la cuota de las empresas comercializadoras.

Sobre la hipótesis de una estimación media de la producción de aceite de oliva por campaña de 1,2 millones de toneladas, los ingresos por aplicación de esta derrama económica alcanzarían los 7,2 millones de toneladas, en un 80% y 5,76 millones destinado a financiar las actividades o medidas de promoción comercial y el 20% restante o 1,44 millones de euros a realizar actividades de información, estudios de análisis y seguimiento de mercados y programas de I+D+i.

Conocer el aceite de oliva

Para la OIA de aceite de oliva, a través de campañas de información, sensibilización y promoción, tanto en el mercado nacional como en el exterior, se podría mejorar el conocimiento por parte de los ciudadanos sobre las diferentes categorías de aceites de oliva y su calidad, ganando nuevos consumidores y fidelizando a los actuales.

Al respecto, se señala que una mayor disponibilidad de información sobre las características y los beneficios de los aceites de oliva para la salud pueden favorecer el aumento global del consumo del aceite de oliva.

En este sentido, estiman que la demanda interna y la exportación deben seguir una línea ascendente, en consonancia con el crecimiento de la producción, constatado en la última década y que se mantendrá

Cuadro II.

Representatividad de la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español (OIAO). Datos campaña 2006/07.

Asociaciones	Producción (t) de aceituna para almazara	Transformación (t) en aceite de oliva	Comercio Interior (t) de aceite de oliva	Exportación (t) de aceite de oliva	Representatividad (%) en la OIAO
ASAJA	773.200	-	-	-	15
UPA	773.200	-	-	-	15
CCAE	2.923.581	733.555	97.000	210.200	30
Infaoлива	-	277.862	39.550	88.633	10
Anierac	-	-	332.600	-	15
Asoliva	-	-	-	304.149	15
Total	4.469.981	1.011.417	469.150	602.982	100
España	5.229.031	1.111.446	565.100	612.100	-
(%) Asoc./España	85,48	91,00	83,02	98,51	-

Fuente: OIA del aceite de oliva español.

en el futuro, como consecuencia de la intensificación del cultivo y la proliferación de nuevas superficies de olivar a nivel mundial.

Entre los motivos para justificar la aplicación de la extensión de norma o derrama económica del sector se indica que variaciones significativas de la oferta, que no se correspondan con una variación paralela de la demanda, crearían situaciones de desequilibrio en el mercado, con efectos no deseados en la formación de precios, cuya volatilidad repercute a lo largo a lo largo de la cadena de comercialización. De ahí la necesidad de tener un mejor conocimiento del mercado para minimizar estos efectos, actuando en consecuencia ante esta situación.

Asimismo, se considera que el desarrollo del sector de aceite de oliva deberá guiarse por la investigación, que contribuirá a mejorar y tecnificar el cultivo para hacerlo más competitivo; por la mejora de las tecnologías aplicables y de la calidad del producto; por el establecimiento de métodos de producción más eficientes y más respetuosos con el medio ambiente, así como a través de la mejora del conocimiento sobre las características nutritivas y saludables del producto y de la búsqueda de nuevos formatos comerciales, acordes con las nuevas exigencias de los consumidores.

Para esta interprofesional, el logro de todos estos objetivos repercutirá en beneficio de todos los agentes del sector. Desde los productores, que pueden percibir una remuneración más regular por su producto; los envasadores, que mejorarán su posición en el mercado; la distribución, por una mayor rotación en los lineales del aceite de oliva, y los consumidores, que dispondrán de un producto de mejor calidad, saludable y a un precio más estable y asequible.

Para afrontar todos estos retos es por lo que el sector de aceite de oliva solicita la citada extensión de norma, con la intención de alcanzar los objetivos de informar y sensibilizar al consumidor sobre los aspectos nutricionales, de calidad y saludables de nuestros aceites de oliva, como producto básico de la Dieta Mediterránea, sin olvidar su valor cultural. Este tipo de acciones perseguirán, como es lógico, un aumento del consumo de aceites de oliva.

En segundo lugar, se pretende dar transparencia al sector en su conjunto, mejorando el conocimiento por parte de toda la cadena de producción y comercialización, sobre las características y evolución de las producciones y los mercados.

Y, además, en tercer lugar, se quiere optimizar la calidad, la seguridad y todos los procesos de producción y comercialización del aceite de oliva, así como el conocimiento de sus características y propiedades.

Aportación obligatoria

Como se ha indicado, la aportación económica obligatoria, que tendrá vigencia durante las tres próximas campañas y hasta el 31 de octubre de 2011, será de 6 € por tonelada, dividida en dos cuotas de 3 €/t cada una, denominadas respectivamente "cuota de producción y elaboración" y "cuota de comercialización".

La primera se aplicará a todo el aceite de oliva producido en España y se devengará por cada almazara en que se produjo en el momento de su salida de la misma, cualquiera que sea su destino, siempre que dichas salidas se realicen dentro del periodo de vigencia de la extensión de norma y con independencia del año de producción del aceite.

La "cuota de comercialización" se aplicará a todo el aceite comercializado en España y se devengará en el momento de su salida de almazara, por la entidad (operador, envasador, refinador o exportador) que lo adquiera, siempre que dicha transacción se realice dentro del periodo de vi-

Cuadro III.

Balance provisional (nov/07/en/08) de aceite de oliva. Campaña 2007/08.

	En/2008	En/2007	(%) 08/06
Existencias iniciales (01/11/)	223,6	210,9	+7,42
Producción aceite	948,9	837,1	+13,36
Importaciones	12,0	33,5	-64,18
Disponibilidades internas	1.184,5	1.081,5	+9,52
a) Mercado interior aparente	142,1	163,0	-12,82
- Anierac	84,7	-	-
- Otras salidas y pérdidas	57,4	-	-
b) Exportaciones	165,1	132,3	+24,79
- Asoliva	77,4	-	-
- Otros	87,7	-	-
c) Total salidas mercado	307,2	295,3	-3,87
Existencias finales (31/01)	877,3	786,2	+11,59
- Almazaras y otras adquiridas	725,3	-	-
- Patrimonio Comunal Olivarero	21,9	-	-
- Envasadoras y otros operadores	130,1	-	-

Fuente: AAO. En miles de toneladas.

gencia de la extensión de norma y con independencia del año de producción del aceite. También se aplicará, en similares condiciones, al aceite envasado y al exportado a granel por las almazaras y, en este caso, la cuota será devengada por éstas en el momento de la salida del aceite a la propia envasadora o a la exportación.

En caso de tratarse de cooperativas integradas en una cooperativa de segundo grado, a través de la cual ponen en el mercado su produc-

ción, los movimientos de aceite de las almazaras cooperativas de primer grado a la de segundo grado se consideran de carácter interno y, por lo tanto, dichos movimientos no generarán devengo de cuota de comercialización.

En consecuencia, se devengará dicha cuota por la entidad (operador, envasador, refinador o exportador) que adquiriera el aceite en el momento de la compraventa del producto puesto en el mercado por la cooperativa de segundo grado. Por el aceite envasado y exportado a granel por la cooperativa de segundo grado, será ésta la que devengue la cuota de comercialización en el momento de la salida del aceite.

En el caso de que el aceite adquirido quede depositado en las instalaciones de la almazara, la cuota se devengará por el comprador en el momento de la compraventa.

Para asegurar la correcta aplicación y control en el pago de la cuota de comercialización de los aceites procedentes de almazaras, en toda la documentación comercial emitida por éstas deberá especificarse el origen del aceite, señalando si se trata de aceite "producido" o de aceite "adquirido" por ellas y, en caso de discrepancia en la documentación, prevalecerá el origen indicado en el contrato.

Pagos de cuotas

A los aceites de oliva importados durante el periodo de vigencia de la extensión de norma, exceptuando los que estén acogidos al régimen de perfeccionamiento activo (TPA), les serán de aplicación los 3 €/t en concepto de cuota de comercialización, que se devengará en el momento de su recepción por el importador, ya sea éste envasador, refinador u operador. En el caso de que la importación sea re-

microgránulos solubles

Naturamin-WSP

80% de aminoácidos libres

TITULAR DE LA INSCRIPCIÓN Y FABRICANTE



Cuadro IV.

Principales países de origen de nuestras importaciones de aceite de oliva.

	2003/04 (t)	2004/05 (t)	2005/06 (t)	2006/07* (t)
Italia	6.262	32.566	18.700	6.826
Portugal	3.427	6.705	3.672	7.613
Grecia	459	1.008	9.737	311
Total UE	10.511	40.535	33.158	15.248
Túnez	41.886	21.216	24.256	62.040
Siría	1.488	7.152	5.824	2.087
Turquía	1.930	6.524	4.412	1.644
Marruecos	3.998	3.037	13.288	530
Total 3ºs Países	49.469	39.212	52.257	68.410
Total	59.980	79.747	85.415	83.658

Fuente: Dpto. Aduanas e IIEE. * Datos a 31/10/2007. Para las campañas 2002/03 a 2004/05 se considera el periodo 1/11 a 31/10. Para 2005/06 y 2006/07, a partir del 1 de octubre.

Cuadro V.

Principales países de destino de nuestras exportaciones de aceite de oliva.

	2003/04 (t)	2004/05 (t)	2005/06 (t)	2006/07* (t)
Italia	340.320	246.550	168.778	271.771
Francia	78.001	75.037	72.337	68.855
Portugal	57.124	59.136	51.007	63.654
Reino Unido	22.216	25.109	25.556	25.356
Resto UE	28.463	27.895	30.862	37.150
Total UE	526.124	433.727	348.541	466.785
Estados Unidos	28.891	29.470	25.982	31.255
Corea del Sur	8.922	14.795	8.820	4.673
Japón	11.771	12.566	10.581	10.766
Australia	15.525	11.569	13.671	23.543
Total 3ºs países	111.827	110.578	98.991	125.052
Total	637.951	544.305	447.531	591.838

Fuente: Dpto. Aduanas e IIEE. * Datos a 31/10/2007. Para las campañas 2002/03 a 2004/05 se considera el periodo 1/11 a 31/10. Para 2005/06 y 2006/07, a partir del 1 de octubre.

Cuadro VI.

Balance mundial de aceite de oliva. (En miles de t).

	2005/06	2006/07	2007/08	Dif. 08/07
Stocks iniciales	832,0	749,5	719,0	-30,5
Producción	2.572,5	2.859,5	2.820,5	-39,0
Consumo	2.690,5	2.907,5	2.926,5	+19,0
Importaciones	639,0	723,0	720,5	-2,5
Exportaciones	603,5	705,5	645,5	-60,0
Existencias finales	749,5	719,0	688,0	-31,0

Fuente: COI. 27/02/2008.

Cuadro VII.

Evolución prevista de la producción y el consumo mundial de aceite de oliva. En miles de toneladas.

	Producción mundial	Consumo mundial	Saldo mundial
2000/01	2.565,5	2.590,5	-25,0
2001/02	2.825,5	2.606,5	-219,0
2002/03	2.495,5	2.677,0	-181,5
2003/04	3.174,0	2.882,5	+291,5
Media 00/01-03/04	2.765,1	2.689,1	+76
2004/05	3.013,0	2.923,5	+89,5
2005/06	2.572,5	2.690,5	-118,0
2006/07	2.859,5	2.907,5	-48,0
2007/08	2.820,5	2.926,5	-106
Media 04/05-07/08	2.816,4	2.862,0	-49,6

Fuente: COI. 27/02/2008.

alizada por una almazara, la cuota se devengará por las mismas entidades y de la misma forma que para el aceite de producción nacional.

La intención es que el pago del importe de las cuotas se realice mensualmente por las entidades que las hayan devengado, en el mes siguiente a su devengo, coincidiendo con el periodo de declaraciones a la Agencia para el Aceite de Oliva (AAO), mediante transferencia bancaria a la cuenta corriente que a tal efecto disponga la organización interprofesional que, a su vez, emitirá una factura/recibo a las entidades por cada uno de los pagos de las cuotas realizados.

La propia organización interprofesional será la responsable, a través de su Comisión Ejecutiva, de realizar un seguimiento y control de las aportaciones económicas establecidas en la citada extensión de norma que, en todo caso, será ejercida por la AAO en dos fases: una inmediata, por contraste con la información individualizada de cada una de las entidades del sector de que la AAO dispone y, otra, a posteriori, mediante los controles documentales y de los movimientos y existencias que realiza "in situ", al amparo de la Orden APA/2677/2005.

Todos los acuerdos relativos a la aplicación y desarrollo de la extensión de norma se adoptarán por, al menos, las tres cuartas partes de los votos totales de la Asamblea de la interprofesional.

Seguimiento de campaña

Por otro lado, de los datos sobre el balance provisional de campaña (**cuadro III**) se destacan varios aspectos. Uno, lo avanzada que se encontraba la cosecha y producción de aceite de oliva, ya que en enero alcanzaba los 948.900 t, frente a unas previsiones para toda la campaña de 1,225 millones de toneladas. Dos, el buen funcionamiento que viene experimentando el mercado exterior, con ventas en este primer trimestre de 2007/08 de 165.100 t, casi un 25% más que en el periodo anterior y, tres, por el contrario, el flojo comportamiento del mercado interior aparente, donde las salidas apenas suman 142.100 t (-12,8%) sobre el mismo periodo de hace un año.

En relación a los precios de mercado, se está viviendo una campaña bastante tranquila, con medias que a primeros de marzo alcanzaban los 2,5-2,6 €/kg en origen y con previsiones de ir subiendo ligeramente hasta los 2,65-2,7 €/kg en los meses siguientes.

No obstante, existe ahora mismo un punto de incertidumbre, como se ha observado en estas últimas semanas en el Mercado de Futuros, debido a lo que puede deparar la próxima cosecha, según cómo evolucione la climatología, que ahora mismo es adversa por falta de lluvias, y la floración y el cuajado de los árboles en los meses de primavera y verano. Si la evolución es negativa, los precios del aceite de oliva podrían escalar a una media de al menos 2,8 y 3 €/kilo.

Por otra parte, el Consejo Oleícola Internacional (COI) dio a conocer a finales de febrero pasado sus últimos datos sobre producción y consumo mundial de aceite de oliva de la campaña 2007/08, como se observa en los **cuadros VI y VII**.

Este organismo destaca que la producción alcanzará los 2,82 millones de toneladas, con un ligero descenso del 1,4% y de 39.000 toneladas en relación a la campaña anterior.

Además, se parte también de unas existencias iniciales de aceite de oliva inferiores en casi un 4,1% y en 30.500 toneladas en relación a la campaña precedente, con lo que las disponibilidades para consumo son también inferiores.

En cambio, el COI prevé que el consumo mundial de aceite de oliva alcance casi 2,93 millones de toneladas, un 0,65% más, situándose en el nivel más alto desde la campaña 2000/01, unas 106.000 t por encima de la producción prevista, lo que podría incidir también al alza en los precios de mercado de los meses finales de campaña. ■