

**OLEÍCOLA:** EL MARM, LA INTEPROFESIONAL Y LA DISTRIBUCIÓN INTENTAN VALORIZAR ESTE PRODUCTO EN LOS LINEALES

# El aceite de oliva apuesta ya por soluciones estructurales

A cierre de edición aún quedaba por despejar la incógnita de si habrá o no al final ayudas para el almacenamiento privado de aceite de oliva. Esa "aspirina", como afirmó Ciolos, necesaria para aliviar la actual coyuntura, pese a que la migraña del sector exige soluciones estructurales.



**Alfredo López.**

Redacción VR.

La situación del sector productor y de parte del envasador y comercializador de aceite de oliva es bastante complicada en estos momentos, debido a unos precios de origen salida almazara que llevan más de tres campañas de capa caída y a unos márgenes de venta muy reducidos que impiden una suficiente rentabilidad.

Es cierto que todo sería susceptible de empeorar, si no fuese por que la comercialización tanto al mercado interior, que se ha recuperado en parte gracias a la leve mejoría del consumo interno, como sobre todo la exportación, que se mueve en niveles récord, permiten tener una visión menos pesimista del sector, pero en todo caso nada complaciente.

A cortísimo plazo preocupa la actual coyuntura, que se caracteriza por un bajo nivel de precios en origen, siguiendo la tendencia de los últimos años, así como por un cierto desequilibrio puntual entre la oferta y la demanda, que está dando lugar a las existencias de mercado más elevadas de la historia y que podrían crear algunos problemas,

más que ahora, en el medio plazo, si la producción de aceite de oliva de la campaña 2011/12 se mueve en torno a 1,2-1,4 millones de toneladas, lo que no sería tampoco de extrañar.

El Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), que en anteriores ocasiones se mostró remiso y escasamente partidario a la hora de plantear en Bruselas la activación del mecanismo del almacenamiento privado de aceite de oliva, se ha subido en la actualidad al carro del sector productor para intentar convencer al comisario Dacian Ciolos de la necesidad de su puesta en marcha.

## Propuesta del MARM

En su propuesta, el MARM solicitó a la CE la autorización de esta medida, según prevé el artículo 33 del Reglamento 1234/2007 y el artículo 4 del Reglamento 826/2008 y basa su petición en las cotizaciones registradas en Grecia para los aceites de oliva virgen y lampante, situadas durante más de dos semanas por debajo de los precios de desencadenamiento (1.710 €/t para el virgen y 1.524 €/t para el lampante B 1°), y en la perturbación del mercado, debido a las elevadas existencias en stock y por los bajos precios al inicio de la campaña 2010/11, motivados por las cotizaciones del final de la campaña anterior y que están influyendo negativamente en otras zonas productoras comunitarias.

**CUADRO I.**

Volumen de las ventas españolas de aceite de oliva a otros países comunitarios.

Campaña 2009/10												
Origen	España		Italia		Grecia		Portugal		Francia		Otros	
Destino	Total	(%)*	Total	(%)*	Total	(%)*	Total	(%)*	Total	(%)*	Total	(%)*
España	-	-	11.255	29,9	1.437	3,8	14.901	39,6	1.152	3,1	8.867	23,6
Italia	<b>399.080</b>	<b>84,4</b>	-	-	69.513	14,7	1.873	0,4	1.947	0,4	699	0,1
Grecia	<b>1.163</b>	<b>30,2</b>	915	23,8	-	-	-	-	1	0,0	1.767	45,9
Portugal	<b>72.626</b>	<b>97,3</b>	1.953	2,6	-	-	-	-	5	0,0	2	0
Francia	<b>60.784</b>	<b>56,6</b>	32.392	30,2	322	0,3	444	0,4	-	-	13.377	12,5
R.Unido	<b>33.293</b>	<b>54,9</b>	22.233	36,6	1.732	2,9	160	0,3	310	0,5	2.968	4,9
Alemania	<b>7.426</b>	<b>13,5</b>	38.861	70,9	5.250	9,6	122	0,2	997	1,8	2.175	4,0
P. Bajos	<b>1.966</b>	<b>14,8</b>	8.333	62,7	36	0,3	2	0,0	19	0,1	2.924	22,00
Otros	<b>23.072</b>	<b>31,0</b>	29.450	39,6	5.094	7,9	342	0,5	2.894	3,9	12.646	17,0
<b>Total</b>	<b>599.410</b>	<b>66,6</b>	<b>145.392</b>	<b>9,4</b>	<b>84.194</b>	<b>9,4</b>	<b>17.844</b>	<b>2,0</b>	<b>7.325</b>	<b>0,8</b>	<b>45.425</b>	<b>5,0</b>

Fuente: Eurostat. Del 1 de noviembre de 2009 a 31 de agosto de 2010. No incluye aceite de orujo de oliva. \*El porcentaje hace referencia al peso del envío de aceite de oliva del país de origen sobre el volumen total importado por el país de destino.

**CUADRO II.**

Origen y destino de los envíos intracomunitarios de aceite de oliva. Campaña 2009/10.

Origen	Volumen total (t)	(%)
España	599.410	66,6
Italia	145.392	16,2
Grecia	84.194	9,4
Portugal	17.844	2,0
Francia	7.325	0,8
Otros	45.425	5
<b>Total</b>	<b>899.590</b>	<b>100,0</b>
Destino	Volumen total (t)	(%)
España	37.612	4,18
Italia	473.112	52,59
Grecia	3.846	0,43
Portugal	74.586	8,29
Francia	107.319	11,93
R. Unido	60.696	6,75
Alemania	54.831	6,09
P. Bajos	13.280	1,90
Otros	74.308	8,26
<b>Total</b>	<b>899.590</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Eurostat. Del 1/11/2009 al 31/10/2010. No incluye aceite de orujo de oliva.

En concreto y ante este grave problema, el MARM planteó a Bruselas la retirada coyuntural de unas 126.000 t de exceso de aceite en stock sobre los niveles normales, con un periodo de almacenamiento hasta final de campaña (5-6 meses), o hasta

**CUADRO III.**

Borrador de esquema de estructura de costes y precios del aceite de oliva. Campaña 2008/09.

Tramos de coste	Horquilla (€/kg)	Media ponderada (€/kg)	Acumulado Horquilla (€/kg)	Acumulado media ponderada (€/kg)
Precio salida oleicultor	1,402-1,936	1,748	-	-
Coste producción	1,623-3,795	2,602	-	-
Precio salida almazara	1,796-2,341	2,008	-	-
Coste extracción	0,026-0,789	0,225	1,648-4,584	<b>2,827</b>
Precio salida envasadora	2,236-2,599	2,441	-	-
Coste refinado/envasado	0,295-0,275	0,363	1,943-4,859	<b>3,191</b>
PVP (con IVA 7%)	2,184-3,733	2,690	-	-
Coste distribución	0,002-0,350	0,116	1,945-5,029	<b>3,307</b>

Fuente: Estudio de la cadena de valor y formación de precios del aceite de oliva. Observatorio de Precios de los Alimentos. MARM

que las propias salidas al mercado permitiesen normalizar dicho nivel de existencias.

**Comercio intracomunitario**

En otro orden de cosas, la Oficina Europea de Estadística, Eurostat dio a conocer el comercio intracomunitario de aceite de oliva (**cuadros I y II**) en el que se ve que España envió casi 600.000 t a otros países de la UE en la campaña 2009/10.

De este volumen, un 66,6% correspondió al aceite enviado a Italia, con cerca de 400.000 t, una cifra que está cercana y que

incluso supera a su propia producción interna. Con el envío de aceite de oliva de origen español, Italia cubrió el 84,4% de su demanda al exterior, ya que compró a otros países de la UE un volumen total de 473.112 t.

España adquirió a otros países comunitarios 37.612 t, de las que 11.255 t (30% del total) vino de Italia; 1.437 t llegaron de Grecia; 14.901 t (39,6%) de Portugal; 1.152 t de Francia y otras 8.867 t de otros países.

El comercio intracomunitario de aceite de oliva movió en 2009/10 cerca de 900.000 t de aceite de oliva, un 52,6% adqui-

ridas por Italia, que compra fuera, a otros países de la UE y a terceros, mucho más de lo que produce a nivel interno, seguido muy lejos ya por Francia (107.319 t), Portugal (74.586 t), Reino Unido (60.696 t) y Alemania (54.831 t).

Al margen del comercio con Italia, nuestro país vendió 72.626 t a Portugal (97,3% de su demanda exterior de aceite de la UE); otras 60.784 t a Francia (56,6%), otras 32.293 t (54,9%) a Reino Unido y apenas 7.426 t (13,5%) a Alemania.

**Cadena de valor**

Una de las críticas más importantes que viene repitiendo el sector productor de aceite de oliva es que los costes de producción están actualmente muy por encima de los precios en origen.

En el último mes, el precio medio apenas superó los 1,84 €/kg (según el sistema de Poolred, de la Fundación para el Olivar), mientras que los costes acumulados salida almazara fueron de 2,491 €/kg.

No obstante, los productores reciben una remuneración aún menor, pues deben descontar también de sus ingresos los costes del denominado "escandalo de molturación", que resta sobre 0,20 €/kg de aceite, por lo que, el precio real que cobran los olivicultores sería ya ahora inferior a los niveles establecidos por el almacenamiento privado.

Es más, según el borrador de esquema de estructura de costes y precios del aceite de oliva (**cuadro III**), avanzado por el Observatorio de Precios de los Alimentos del MARM aún para la campaña 2008/09, los costes acumulados de producción, incluida la extracción, para el aceite de oliva, aumentan hasta una media de casi 2,83 €/kg, es de-

cir, casi 0,34 €/kg más que la cifra que aporta el propio sector productor, con lo que la diferencia con los ingresos se agranda y las pérdidas acumuladas serían todavía mucho más elevadas.

La actual situación, por tanto, es bastante contradictoria, con una grave crisis de precios y un funcionamiento fluido del mercado, con exportaciones en cifras récord y una fortaleza de la demanda, que no tiene reflejo alguno sobre las cotizaciones del aceite de oliva en origen.

El propio sector se ha cansado de repetir que los umbrales de precio que permiten activar el almacenamiento privado están muy alejados de los actuales costes del sector, pues fueron fijados en la campaña 1997/98, hace nada menos que cartoceros años y, por tanto, son ajenos a la realidad que vive esta producción.

Las organizaciones agrarias exigen a Bruselas que actualice el nivel de activación de este mecanismo previsto de gestión del mercado al menos hasta los 2,20 €/kg para que recoja y refleje el incremento de los costes de producción y sea “verdaderamente operativo y útil para el fin para el que fue instaurado”.

### Tendencia a la baja

El nivel de precios bajos en el aceite de oliva y la tendencia en esa línea se viene registrando con carácter general para toda la UE, con la única excepción del virgen extra en Italia por cambio metodológico, más que por una subida real, mientras que en los mercados griegos los precios del virgen y del lampante están ya por debajo del nivel de desencadenamiento del mecanismo de almacenamiento privado.

La media de los precios (cuadros IV y V) de la presente campaña en España (periodo de

### CUADRO IV.

Precios más altos del aceite de oliva en las tres últimas campañas.

Calidad del aceite	Precio más alto (€/100 kg)
<b>Virgen extra</b>	
-2008/09	253,22
-2009/10	249,34
<b>-2010/11</b>	<b>203,89</b>
<b>Virgen</b>	
-2008/09	249,17
-2009/10	243,18
<b>-2010/11</b>	<b>189,13</b>
<b>Lampante</b>	
-2008/09	244,00
-2009/10	233,85
<b>-2010/11</b>	<b>179,25</b>

Fuente: MARM.

### CUADRO V.

Evolución de los precios medios del aceite de oliva virgen (octubre-marzo) de los últimos años.

Campaña	Precio medio (€/100 kg)	(%) s/ anterior
2006/07	246,62	-
2007/08	242,89	-1,51
2008/09	196,63	-19,04
2009/10	195,69	-0,48
<b>2010/11</b>	<b>181,11</b>	<b>-7,45</b>
<b>% 10/11-06/07</b>	<b>-26,56</b>	<b>-</b>

Fuente: MARM.

octubre a marzo) es la más baja de los últimos años, manteniéndose bastante próximos al nivel en el que se activaría la citada medida de gestión del mercado.

De hecho, el precio más alto de la actual campaña 2010/11 es inferior en un 25% al de la campaña 2008/09, cuando a la petición insistente del sector se activó el almacenamiento privado de aceite de oliva, ya que en la parte central de la campaña los precios bajaron hasta el nivel en el que se desencadena dicha medida y a pesar de que los precios fueron más satisfactorios al principio y final de ese ejercicio.

Hay que constatar también

### CUADRO VI.

Evolución de los stocks totales de aceite de oliva y en poder de los productores.

Año	Totales (t) a 28/02	Totales (t) a 31/03	En productores (t) a 28/02	En productores (t) a 31/03
2007	866.000	853.200	735.500	698.300
2008	996.400	970.000	841.500	809.600
2009	925.000	896.300	785.100	752.500
2010	914.000	1.054.700	776.800	914.100
<b>2011</b>	<b>1.193.500</b>	<b>1.105.500*</b>	<b>1.009.900</b>	<b>920.000*</b>
<b>Media 07/10</b>	<b>925.400</b>	<b>943.600</b>	<b>784.700</b>	<b>793.600</b>
<b>(%) 11/Media</b>	<b>+128,97</b>	<b>+117,16</b>	<b>+128,70</b>	<b>+115,93</b>

Fuente: MARM. \*Estimación.

que la producción obtenida (de octubre a febrero) en 2010/11 es la más alta de las últimas campañas, hasta 1,325 millones de toneladas, estimándose que podría llegar a 1,350-1,365 Mt.

Las existencias en el mercado, a pesar de la fluidez de la comercialización, son también las más altas de los últimos años, alcanzando a finales de febrero casi 1,2 Mt, frente a una media de 900.000 t entre 2006/07 y 2009/10, con unos stocks en poder de las almazaras productoras (cuadro VI) de entre 920.000 t y un millón de toneladas a finales de marzo.

### Equilibrio y valor

Además de la problemática coyuntural, el MARM viene trabajando también con el sector, sobre todo a través de la organización interprofesional, en la adopción de medidas estructurales.

Dentro de éstas, el propio departamento viene aplicando medidas de fomento de la vertebración del sector (mejora de la transparencia a través del análisis de la cadena de valor y del consumo alimentario) y tratando de impulsar el reequilibrio de la cadena de valor y el reparto equitativo del valor añadido.

Así, el MARM y el resto de los eslabones de la cadena de valor

(organizaciones agrarias, ASAJA, COAG y UPA, Cooperativas Agroalimentarias, industria transformadora y comercializadora, Anie-rac e Infaoliva, y asociaciones de la distribución minorista, ANGED, Asedas y ACES), trataban, a cierre de edición, de alcanzar un acuerdo para valorizar el aceite de oliva en el punto de venta.

Los objetivos son evitar la utilización del aceite de oliva como producto reclamo en los comercios, con medidas que eviten la actual banalización a que se ve sometido; diferenciar al aceite de oliva por calidades y categorías en los lineales; impulsar a través de la interprofesional un contrato homologado voluntario para evitar la venta sin precio o “a resultas”; incrementar los controles de calidad a lo largo de la cadena de valor; facilitar información a las Administraciones autonómicas competentes para que inspeccionen las posibles ventas “a pérdida”; evitar la opacidad de las subastas “a cie-gas” en la compra de aceite; acordar un Código de Buenas Prácticas Comerciales, voluntario, pero con un órgano independiente de vigilancia y control de los compromisos que adquieran las partes; impulsar la concentración de la oferta en origen, sobre todo de las cooperativas oleícolas, etc. ●