

# El Sistema de Información de Precios POOL

## Necesidad de un Sistema de Información para el Mercado del Aceite de Oliva

Para cualquier mercado de productos agrarios en origen posee una importancia determinante la existencia o no de información fiable acerca del precio al que se vende una determinada mercancía.

● **JOSE CARLOS MARZAL y SEBASTIAN BRUQUE.** Fundación del Olivar.

**E**l Mercado del Aceite de Oliva en Origen cumpliría todas las características básicas de un mercado poco transparente, entendiendo como tal aquél en el que no existen los instrumentos necesarios para que los agentes que intervienen en el mismo puedan conocer con alto grado de fiabilidad las condiciones a las que se negocia la mercancía para cada momento. Las condiciones relativas a precios, cantidades, fechas de cobro, anticipos o fechas de retirada sólo son conocidas de manera fiable por el comprador y el vendedor en cada una de las operaciones, quedando esta información vedada al resto del sector, o lo que es peor, filtrándose información que en múltiples ocasiones no se corresponde con la realidad.

Consecuencia de esta situación es la aparición del síntoma clásico de los mercados opacos: la incertidumbre y el alto riesgo percibido por los agentes. La falta de información tiene como consecuencia que los intervinientes en el mercado de compraventa en origen de aceite tomen sus decisiones con alto grado de incertidumbre, asesorados únicamente por noticias poco contrastables acerca de los precios a los que se negocia en el sector para cada momento.

Por otro lado, hemos de tener en cuenta las especiales características del sector del aceite de oliva. Se trata de un mercado en el que el número de operaciones por almazara es insólitamente bajo comparado con otros mercados agrícolas o industriales.

Una solución al problema de la falta de información en los mercados agrarios consiste en la constitución de centros de contratación en sus diversas modalidades. En estas instituciones se forman los llamados precios representativos de mercado. Como ejemplos de centros de contratación pueden enumerarse el de Reus para frutos secos, Mercolerida para frutas, Lonja de Valencia para arroz, etc. En el extranjero existen ejemplos tales como las bolsas de Chicago de cereales y soja, de Londres

para azúcar y cacao y Nueva York y Liverpool para algodón.

Relacionados con estos centros de contratación se encuentran los Mercados de Futuros, de los cuales el de Cítricos y Mercaderías de Valencia es el único que opera actualmente en España. Hasta el momento de la creación de un centro de contratación o un Mercado de Futuros, es necesario contar con mecanismos que den transparencia y doten de una organización elemental al mercado del aceite de oliva.

Un Sistema de Información de Precios en Origen sobre Aceite de Oliva nace con



el objetivo de convertirse en un mecanismo válido de creación de transparencia con el fin de eliminar los inconvenientes derivados de las actuales condiciones de opacidad.

### Principios de Funcionamiento del Sistema

El Sistema de Información (POOL) consiste básicamente en un procedimiento de recepción, tratamiento, análisis y difusión de información. La información acerca de las características de las operaciones de venta se obtiene de una muestra

de almazaras. De tal forma que el objetivo inicial es controlar las operaciones que diariamente realizan las almazaras con mayor cantidad de aceite producido.

Operativamente, y de forma resumida, la recepción y difusión de información se realiza mediante el siguiente proceso:

- La muestra es dividida en 5 submuestras. Cada submuestra es sondeada telefónicamente un día fijo de la semana.

- La almazara suministra los datos de las operaciones realizadas en el día del sondeo telefónico y en los cinco días hábiles anteriores. Al mismo tiempo suministra los datos relativos a la evolución de existencias en bodega, fruto de los movimientos de producción y salida por ventas.

- Al final de la jornada, los datos recogidos por el Sistema acerca de las operaciones realizadas para cada día de sondeo y los 5 días hábiles anteriores son difundidos mediante fax a las almazaras que han sido sondeadas durante la jornada.

- Del mismo modo, se difunden a través de la red Internet cuadros resúmenes y gráficos de fluctuación de precios y tendencia del mercado referentes a los datos que el Sistema ha registrado para cada fecha.

- Por último, la información recibida es sometida a un proceso de verificación por el responsable de suministrar la información en cada almazara mediante el envío de un fax en el que refrendan los datos obtenidos telefónicamente, al objeto en primer lugar, de asegurar la fiabilidad de la información y, en segundo lugar, de eliminar posibles errores cometidos en el proceso de obtención telefónica y tratamiento informático de datos.

Las operaciones recibidas son presentadas por orden cronológico y en función de la calidad del aceite vendido. Se ofrece el precio de venta y el precio actualizado en el caso de que el cobro de la operación de venta sea aplazado.

### Características formales de la información procesada:

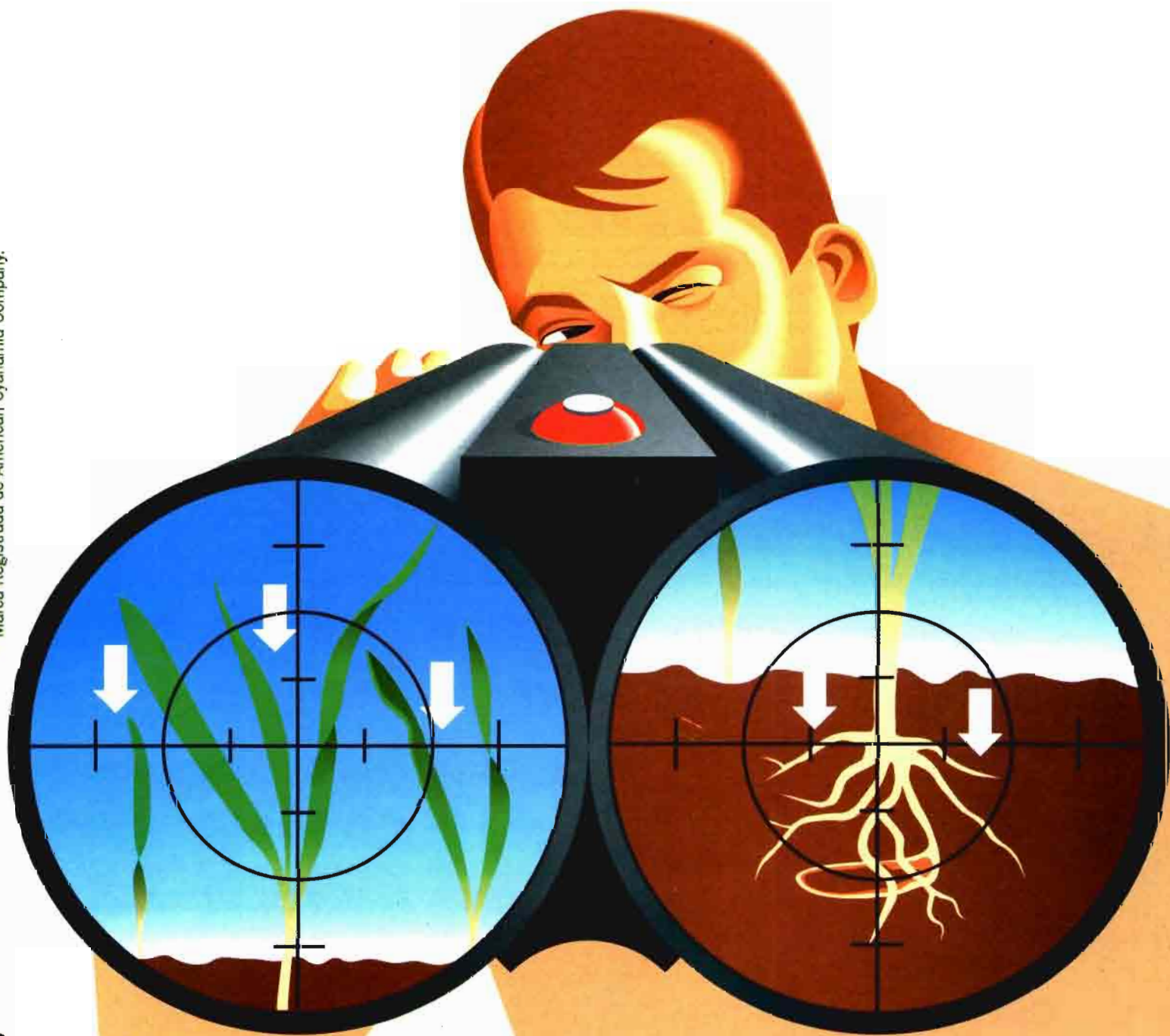
- 1.- **Tipos de aceite:** el aceite negociado es clasificado en función de tres tipos distintos de calidades:



# assert\*

El único doblemente eficaz  
contra la avena loca.

\* Marca Registrada de American Cyanamid Company.



Assert\* se absorbe  
por las **hojas**

Assert\* se absorbe  
por las **raíces**

ASS 216 RV

 **CYANAMID**  
cuidamos del futuro

CYANAMID IBÉRICA, S.A.  
Ctra. Madrid - Burgos, Km. 23  
Desvío Algete, Km. 1  
28700 San Sebastián de los Reyes (Madrid)  
Tel.: (91) 334 64 00



- Virgen extra: aceite de oliva virgen de olor y sabor absolutamente irreprochable, cuya acidez en ácido oleico no puede superar el 1%.

- Aceite oliva virgen para envasar base 1º (Botella): incluye las categorías fino y corriente.

- Fino: aceite de oliva virgen de sabor y olor irreprochable, cuya acidez en ácido oleico no puede superar el 2%.

- Corriente: aceite de oliva virgen de buen sabor y olor aceptable, cuya acidez en ácido oleico no puede superar el 3,3%.

- Aceite de oliva virgen lampante (refinable base 1º): aceite no apto para envasar directamente, con olor y sabor defectuoso, o en todo caso cuya acidez en ácido oleico sea superior a 3,3%.

2.- Las fechas de venta se refieren al momento más temprano de los dos siguientes:

- Día, mes y año en el que se constituye un compromiso formal de venta por las partes contrastable documentalmente (contrato o precontrato).

- Día, mes y año en el que se haga efectivo el anticipo por parte del comprador.

3.- Las fechas de cobro se referirán a cada operación en concreto, recogiendo el día, mes y año del cobro del aceite.

4.- Precio de referencia: el precio utilizado es el precio «Ex Works» o precio de salida de almazara, sin gastos de transporte, seguros o fletes originados a partir del momento de salida del aceite de la almazara.

5.- Medida utilizada. Las operaciones negociadas se medirán en todo momento en kilogramos.

## Los Resultados

El Sistema de Información sobre el Mercado en Origen en la Provincia de

## CUADRO I. ESQUEMA DE FUNCIONAMIENTO DE LAS COMUNICACIONES EN LAS ALMAZARAS



Jaén (POOL) ha obtenido resultados positivos desde su puesta en marcha en enero de 1997. Durante este período han sido 108 las empresas productoras de aceite de oliva que se han adherido al Sistema de Información (recibiendo y emitiendo información).

Desde el comienzo del funcionamiento del Sistema en enero de este año, hasta el mes de octubre de 1997 se ha registrado y difundido información sobre un total de 811 operaciones de compraventa de aceite de

de cobro, precio de venta, precio actualizado, anticipo, destino nacional o exportación, acidez porcentual de ácido oleico del aceite comercializado, comprador de la partida y almazara vendedora). De forma global, el volumen de datos registrados, informatizados y difundidos supera la cifra de 8.700 en los diez meses de funcionamiento del Sistema.

Desde el momento de su implantación, los resultados obtenidos por el actual Sistema han sido muy alentadores. Tanto el número de empresas adheridas, como la cantidad de información obtenida, registrada, analizada y difundida han superado ampliamente las previsiones.

El actual Sistema de Información nació con el objetivo inicial de controlar la información generada por las almazaras jaennenses que supusieran, como mínimo el 30% de la producción total de la provincia.

Actualmente se controla la información correspondiente al 50,17% del total. El número de operaciones previstas que se esperaba registrar en un ejercicio económico ascendía a 270. En sólo diez meses se han registrado 811. El número de almazaras participantes previstas se situó en 60. Actualmente se hallan adheridas 108.

En el **cuadro I** se recoge la evolución de los precios y las cantidades registradas en el Sistema de Información hasta el día 28 de octubre de 1997. Igualmente se recoge la situación de las existencias de aceite sin vender que restan en la provincia a dicha fecha.

Una almazara se puede adherir gratuitamente al Sistema de Información mediante su aceptación del Convenio de Adhesión al mismo. Toda la información adicional que necesite podrá obtenerla en la propia Fundación del Olivar, en el teléfono de Información (953) 27 49 76 (Paseo de la Estación, 25, 6ª Planta, 23008 Jaén). Igualmente pueden obtener información en la página Web de la Fundación: [www.oliva.net](http://www.oliva.net). Para adherirse al Sistema es necesario que la almazara disponga de teléfono y fax y de una persona de contacto durante todo el año.

Una vez adherida, la almazara puede solicitar dicha información directamente a la Fundación del Olivar vía telefónica, fax o bien por Internet Infovía. En cualquier caso, esta información se insertará con la periodicidad oportuna en prensa y revistas especializadas:

- Precios para cada categoría de aceite
- Precios según plazo de cobro.
- Cantidades vendida por operación
- Cantidad en existencias en la provincia
- Datos complementarios, estadísticas, tendencias, estudios comparativos, etc. ■

oliva a granel, por un montante de 124.894.208 kg, lo que representa un valor de mercado de 42.884 millones de pesetas, constituyendo el mayor Sistema de Registro de transacciones comerciales de productos agrarios de España. De cada operación se obtienen un total de 11 atributos (cantidad negociada, calidad negociado, fecha de venta, fecha

