Es hora de actuar como líderes

Cooperativas Agro-alimentarias de España celebró el pasado 22 de noviembre en Toledo, la jornada anual del sector del Aceite de Oliva, que reunió a cerca de un centenar de representantes de cooperativas de distintas zonas de producción. Se habló de estrategias de promoción y apertura de nuevos mercados del olivar, de la imposición de aranceles por parte de EE.UU. a nuestro aceite, de la apertura del procedimiento de licitación por el cual se conceden ayudas para el almacenamiento privado… pero también se alzaron voces reclamando que ya va siendo hora de que un sector líder a nivel mundial, como el Aceite de Oliva español, que marca la pauta del mercado, disponga de una estrategia global e integral a largo plazo, que beneficie a todo el sector.

> Somos líderes, pero hay que creérselo, y actuar como líderes.

La jornada anual del Aceite de Oliva de Cooperativas Agro-alimentarias de España -patrocinada por Caja Rural- se celebró este año en Toledo, Castilla-La Mancha, en la segunda región en volumen de producción tras Andalucía. Y se celebró además en un momento muy oportuno que coincidió con el inicio del primer periodo de licitación para el almacenamiento privado aprobado por la Comisión Europea y con la reciente imposición de aranceles al aceite de oliva español -y otros productos- por parte de Estados Unidos. “Los aranceles impuestos por la Administración Trump supondrán graves consecuencias económicas para nuestro sector, ya que se calcula que España dejará de exportar 150.000 tn a Estados Unidos”, indicó el presidente sectorial Rafael Sánchez de Puerta. “Se trata de una discriminación absoluta hacia España, a la que se le están imponiendo reglas diferentes respecto a otros países de la Unión Europea”, explicó Sánchez de Puerta al inicio de la Jornada.

“A esta situación, se une la **caída de precios de este año tras la campaña récord de 2018 con 1.788.000 toneladas”** -añadió- por lo que teniendo en cuenta nuestro cada vez mayor potencial productivo, “hay que trabajar de forma urgente para abrir nuevos mercados que sean capaces de

absorber este incremento en la oferta. Es necesario, en este sentido, seguir apostando por la inversión en promoción y contar con una estrategia bien definida”, subrayó.

Además de Rafael Sánchez de Puerta, participaron en la inauguración Carlos de la Sierra, presidente de Globalcaja, patrocinadora del evento, y Agapito Portillo, viceconsejero de la Consejería de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha. Ambos coincidieron en destacar la importancia del olivar tradicional, que debería tener un papel importante en la nueva PAC porque fija población al territorio y mantiene el medioambiente.

Divide y vencerás

Respecto a la imposición de aranceles del 25% al aceite español por parte de Estados Unidos y para conocer el estado de las negociaciones, participó en la jornada **Guillermo Kessler,** subdirector general de Comercio Internacional de Mercancías del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Reconoció a los cooperativistas que **no ve soluciones a corto plazo,** porque “la administración estadounidense se ha cerrado en banda a negociar”, “con dos intenciones, principalmente, hacer daño y buscar la desunión de la UE”, e incluso lamentó que pudiera haber otro tipo de actuaciones de este tipo con más productos.

Kessler explicó el funcionamiento de la Organización Mundial del Comercio (OMC) a los asistentes y cómo actualmente Estados Unidos ha dejado de lado su papel de líder en esta organización para moverse un contexto en el que cada país “va por libre”, lo que está haciendo tambalearse todo el sistema. Por otra parte, en unos seis meses se conocerá la resolución del caso Boeing contra Estados Unidos, interpuesto ante la OMC por la UE, y podría suponer un momento para negociar con mayor presión al poderse establecer también penalizaciones a los productos norteamericanos.

A continuación, varios expertos se centraron en analizar las distintas actuaciones de promoción que se están desarrollando en el sector. En primer lugar, participó José Miguel Herrero, director de Industrias Alimentarias del MAPA, que destacó que el eje principal de la política de promoción del aceite de oliva desde el Ministerio es “poner en valor este producto”. “El consumidor español ve el aceite de oliva como un ingrediente habitual y no le da todo el valor que tiene. Hay que explicar al consumidor que detrás hay productores, que crean riqueza en el territorio y en el medio rural, etc.” Para ello están trabajando en unir los Alimentos de España a otros sectores como el turismo, el deporte, la cultura o la gastronomía, y la estrategia se desarrolla a través de tres áreas, principalmente: las campañas institucionales, los Premios Alimentos de España y la asistencia a ferias y eventos.

José Miguel Herrero recordó que está abierto el plazo hasta el **27 de diciembre** para presentarse al Premio Alimentos de España al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra.

La mitad del aceite consumido en el mundo es español

A continuación, la gerente de la Interprofesional del Aceite de Oliva, Teresa Pérez, explicó las cinco campañas de promoción que está desarrollando la interprofesional actualmente, incidiendo en la nueva campaña que persigue incrementar las ventas en el mercado nacional y aumentar el conocimiento del producto por parte del consumidor: “Y tú, ¿te imaginas tu mundo sin aceite de oliva?” Teresa Pérez destacó que el aceite español se vende ya en 170 países y que “1 de cada 2 botellas de aceite de oliva que se consumen en el mundo, es aceite español”.

Por otra parte, Ricardo Domínguez, director de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero, explicó los nuevos proyectos en los que están trabajando, entre los que destaca el diseño de un sistema de trazabilidad digital cuyo objetivo es el registro, seguimiento y control de todos los

movimientos del producto entre almazaras, envasadoras, y resto de industrias, jugando un papel importante en la prevención del fraude. Asimismo, la Fundación ha decido poner en marcha un esquema de certificación de producto, que servirá para que aquellas empresas que lo de deseen puedan certificar lotes con unos parámetros más exigentes y garantes de la calidad ante sus compradores.

Por otro lado, anunció que **los almacenes del Patrimonio están a disposición del sector, 1.431 almacenes con capacidad para 321.725 toneladas,** y habló también de promocionar el aceite de oliva con la tienda que tienen en pleno centro de Madrid, con un establecimiento reformado que acerque el producto al consumidor tanto nacional como internacional.

Un momento de la jornada que despertó gran interés y debate fue el bloque dedicado a explicar y aclarar las dudas a los asistentes sobre el almacenamiento privado de aceite de oliva, tras haber dado comienzo el primer periodo de licitación el día anterior a la jornada. Ignacio Sánchez, subdirector general adjunto de Sectores Especiales del FEGA, explicó minuciosamente el procedimiento a seguir por los operadores interesados para la presentación de sus ofertas y solicitud del pago de la ayuda correspondiente. Un procedimiento que fue calificado de engorroso y complicado por parte de los cooperativistas.

No obstante, este tipo de almacenamiento no es algo nuevo, ya se han activado cuatro desde 2009. Lo novedoso esta vez es que se podrá almacenar además de aceite de oliva virgen y virgen extra, aceite de oliva lampante, lo que supone que “esperamos un mayor número de ofertas esta vez”, indicó Sánchez.

Autorregulación a través de nuestras cooperativas

En esta línea, el presidente sectorial Rafael Sánchez de Puerta resaltó la importancia que tiene para el sector disponer de herramientas de adecuación de oferta y demanda que logren disminuir la elevada volatilidad en los precios. Desde Cooperativas Agro-alimentarias de España siempre se ha defendido que deben diseñarse medidas de carácter obligatorio para que su eficacia sea la máxima. Sin embargo, “dado que contar con una medida de este tipo solo podría ser viable cuando entre en vigor la nueva reforma de la PAC, desde nuestra organización, teniendo en cuenta la crítica situación que ha vivido, y vive, el sector productor, se han explorado todas las opciones posibles contempladas en la normativa comunitaria para ser activadas en el corto plazo, de ahí que actualmente se esté trabajando en un mecanismo de autorregulación voluntario, puesto en marcha por nuestras cooperativas, las cuales asumirían el compromiso de inmovilización de

parte de sus existencias".

Las cooperativas concentran la producción del 70% del aceite

Para concluir, el director general de Cooperativas Agro-alimentarias de España presentó un avance del Plan Estratégico para el Sector Cooperativo del Aceite de Oliva en el cual se ha estado trabajando y que será sometido a aprobación del Consejo Sectorial durante las próximas semanas. En este plan se han detectado las principales amenazas y debilidades del sector pero también sus fortalezas y oportunidades. Agustín Herrero destacó el importante papel que deben jugar las cooperativas, al concentrar el 70% del aceite que se produce en España, hecho que no ocurre en otros sectores agroalimentarios. Por tanto, “para aprovechar las oportunidades tenemos que integrarnos en grupos profesionales, con estructuras comerciales adecuadas, competitivas, capaces de conquistar y consolidar nuevos mercados”.

Finalizó su intervención resaltando lo que ya habían apuntado otros ponentes, “ya que somos líderes mundiales en el sector, todos los actores implicados, deberíamos tener una estrategia integrada: cooperativas, envasadoras, productores, administración, etc…”.

En la clausura participaron el propio Agustín Herrero, Rafael Sánchez de Puerta y el director de Cooperativas Agro-alimentarias Castilla-La Mancha, Juan Miguel del Real, quien en la misma línea, animó a las cooperativas a integrarse. “La unión hace la fuerza. Concentrar la oferta es nuestra responsabilidad y esa parte nos corresponde a nosotros”.