

Los inicios de Cecasa: Año 2000

Los productores intentan controlar el mercado

CECASA



JAEN / noticiasdjaen.es

Bajo el nombre de Compañía Española Comercializadora de Aceites (Cecasa) nació en el mes de junio una empresa que intenta aglutinar al sector y que éste tenga una mayor capacidad de negociación, de cara a la potente industria envasadora. Los productores de aceite, divididos en una gran cantidad de pequeñas empresas, apenas tienen capacidad de negociación ante los grandes grupos industriales y éste es lo que se pretende paliar.

Cecasa fue recibida desde algunos ámbitos ajenos al sector como una posibilidad de crear una comercializadora de aceites, una estrategia conjunta bajo una sociedad anónima para vender aceite envasado y a granel. En otras palabras, una empresa nacida para competir desde el sector productor con los grandes. Pero nunca fue ese el interés de los olivereros.

El origen de esta sociedad hay que buscarlo a finales de 1999, cuando la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Aceite (Faeca) trató de articular un movimiento que permitiera sustituir desde el ámbito privado a la antigua intervención del aceite, suprimida en 1998. Este sistema fijaba unos precios mínimos y si el mercado bajaba por debajo de ellos los productores

MIRÓ



José María Pastor (derecha) y Antonio Luque, presidente y vicepresidente de Cecasa.

Cecasa nació en junio con un capital social de 731 millones de pesetas aglutinando a socios que disponen del 60% del aceite español. No obstante, la empresa no dispone de este aceite para maniobrar, sino de lo que sus socios decidan en cada momento. Entre las cooperativas y los almazareros aportaron 496 millones de pesetas y los otros 235 millones correspondieron a cajas de ahorro y rurales. Al frente de su consejo se han situado dos de los olivereros con mayor peso en el sector. Como presidente está José María Pastor, presidente a su vez de la potente Jaencoop (Villanueva del Arzobispo). Pero el hombre fuerte de la empresa es Antonio Luque, que se ha colocado como vicepresidente primero y portavoz y que es además presidente de Faeca y del grupo malagueño Hojiblanca.

El proyecto sigue sometido a incógnitas. Cómo financiar la compra de aceite o en qué momento venderlo son algunas de ellas. En cuanto al futuro, no tiene muy definidos sus objetivos, aparte de su intento de convertirse en una regulación privada. Su portavoz, Antonio Luque habla de la posibilidad de participar en campañas de promoción u otras iniciativas alejadas de lo que se entiende por una comercializadora. Sus promotores defiende el proyecto de las críticas que ha recibido señalando que, al menos, se ha logrado aglutinar a buena parte del sector.

El Gobierno alberga muchas dudas sobre

Cecasa porque podía romper las normas de la competencia en el sector del aceite. La política del Ministerio de Economía es promover la liberalización en la actividad de todos los sectores, un método al que achaca un efecto controlador de la inflación. Sin embargo, el ministro de Agricultura, Miguel Arias Cañete, despejó todas las dudas el pasado mes de octubre en Jaén, cuando dijo que él apoyaba plenamente a Cecasa y que lo mismo podía decir de sus compañeros de Gobierno Rato y Cristóbal Montoro.

Desde el sector privado, Cecasa ha sido la iniciativa más importante, aunque no la única. Desde el ámbito público el proyecto más ambicioso, también rodeado de incógnitas, sigue siendo el mercado de futuros del aceite de oliva. Fue un proyecto impulsado por la Junta y eso se nota en la percepción que de él tiene el Gobierno. Arias Cañete se mostró ligeramente despectivo con el proyecto. Dijo que no es experto en finanzas para opinar, pero que otros mercados de futuros que conoce se han dado «un batacazo».

De todos modos, los responsables de la sociedad promotora esperan ponerlo en marcha en el primer semestre de este año. Para ello han estado trabajando a lo largo de 2000 en el informe que tenían que presentar a la Comisión Nacional del Mercado de Valores y en explicar cuáles son las ventajas de este sistema financiero.



Imagen de la asamblea de constitución de CECASA celebrada el 5 de junio de 2000.

lo vendían a la Unión Europea. Parte del sector, convencido de que el fin de este sistema perjudicaba a los precios, promovió crear esta sociedad. Las funciones de Cecasa son, por tanto, comprar aceite cuando esté a bajo precio y retirarlo para venderlo en campañas en las que haya necesidades de mercado.

El contexto en el que nace CECASA en 2000

producción



Primera potencia mundial en producción de aceite: una media durante el último quinquenio de 304.000 Tm/ año, lo que supone un 40% de la producción española y el 80% de la producción andaluza.

Las cifras del Aceite en la provincia

extensión

El cultivo del olivar supone el 80% de la superficie agraria de la provincia, con 561.545 hectáreas y más de 60 millones de olivos plantados. Este *mar de olivos* produce un 95% de variedad de aceituna picual.

Los olivares más productivos son los de las comarcas de las Campiñas y la Loma. Existen 33 asociaciones de tratamientos integrados agrícolas de este cultivo, denominadas Atrías.



El sector oleícola genera 122.775 millones de pesetas de los 137.703 millones de la producción final agraria de la provincia. Una campaña media de los últimos años precisa una media de 7.300.000 de jornales para la recolección y 175.380 jornales para la molturación, en las casi 400 almazaras y fábricas aceiteras que hay en la provincia. El número de inmigrantes que trabajó en el olivar jienense durante la campaña 99/00 superó ampliamente los 2.500.

renta empleo

comercialización

Del aceite que produce, Jaén envasa de 135.000 a 140.000 toneladas, incluyendo a las grandes marcas. Ello supone el 35% de la producción de una cosecha media. Están registradas 125 marcas de aceite de oliva virgen extra en la provincia.

Existen 3 Denominaciones de Origen de aceite de oliva: Sierra Mágina, Sierra Segura y Sierra Cazorla, y hay otras 4 Denominaciones de Origen en proyecto: El Condado, Las Campiñas, Sierra Morena de Jaén y Sierra Sur.

Desde 1983, con carácter bianual, se celebra la Expoliva, primera feria mundial del aceite de oliva, y en los últimos años han proliferado ferias del sector comarcales en Ubeda, Martos, Segura, etcétera.



El contexto en el que nace CECASA en 2000



JESUS BONILLA

El sector aceitero provincial ha iniciado en los últimos años una serie de cambios que se pueden considerar toda una revolución. Desde que comenzaron a sonar tambores de guerra en un terreno, hasta entonces, tranquilo, por la reforma de la OCM del aceite, los agricultores, las almazaras y las cooperativas dejaron a un lado el estado de letargo histórico en el que se habían situado y pasaron a la acción. Los productores han empezado a olvidar la mentalidad individualista sólo preocupada en cobrar la cosecha al final de la campaña y han pasado a pensar en colectivo, a tratar los olivos con las técnicas más avanzadas y a difundir un espíritu empresarial.

Jaén parece que ha tomado posesión de su rango de primera potencia mundial del aceite de oliva. Sus 560.000 hectáreas dedicadas a la plantación de olivares, recogidas en los últimos informes de la Delegación de Agricultura, lo que supone más del 80% de la superficie de cultivo de la provincia, ubican en las tierras jienenses el 25% del territorio total nacional dedicado a su cultivo. Sin embargo, ésto no significaba hasta ahora la unión del sector y el año 2000 ha implicado un paso más para la concentración del mundo olivarero. Los productores, como estudiantes aplicados, aprenden día a día la asignatura pendiente de la comercialización, que suponía, hasta ahora, sólo un 10% de lo que se producía. La asociación de envasadores de Jaén afirma que la provincia actualmente envasa de

125.000 a 130.000 toneladas de aceite por campaña, lo que significa alrededor del 35% de una cosecha media, incluyendo, eso sí, a las grandes marcas. En la misma dirección, han apostado por la calidad y se empiezan a proyectar nuevas Denominaciones de Origen en Sierra Morena, Sierra Sur, El Condado y las Campiñas, que vendrán a completar el cuadro de las ya creadas en Sierra Mágina, Sierra de Segura y Sierra de Cazorla. Las cerca de 150 marcas de aceite de oliva de la provincia, más de 125 de ellas de la variedad extra recogidas en la «Guía de los Aceites de oliva virgen extra de España», también dan esperanzas al sector y consolidan su posición de cara al futuro.

Olivar centenario

La comercialización va unida, irremediablemente, a su promoción y el 2000 ha sido el año de la lucha por conquistar los exigentes mercados de Japón y Estados Unidos, a través de un proyecto auspiciado por la Diputación Provincial y la Junta andaluza.

Se trata de un cultivo centenario, y diversos autores de la época del Imperio Romano ya

hacían referencia a la importancia del olivar en la zona correspondiente a la provincia. En la actualidad, los 60 millones de olivos contabilizados en Jaén, según datos del Observatorio Económico de la provincia, se consideran vitales para la economía jienense. El Instituto de Estadística de Andalucía refleja, por su parte, que de los 137.703 millones de pesetas de la producción total agraria en la provincia de Jaén, 122.775 millones corresponden al olivar, lo cual da cuenta precisa de su importancia en el Producto Interior Bruto provincial. En comparación con otros sectores, la agricultura ocupa alrededor del 21% de la población activa de la provincia, un 80% de ésta en el olivar, frente al 16% de la industria, el 11% de la construcción, y el 52% de los servicios.

Renovación y tecnología

Los auténticos cambios han llegado al día a día del sector oleícola. Desde la recogida del fruto se apuesta ya por la calidad, con la separación exhaustiva de las aceitunas de suelo y voleo, que se realiza en la mayoría de las fincas. Las cooperativas y almazaras han renacido de unas cenizas anticuadas y hoy se encuentran totalmente moder



(Pasa a la pág. siguiente)

El contexto en el que nace CECASA en 2000



(Viene de la pág. anterior)

nizadas y adaptadas al futuro. Los sistemas de extracción han pasado de tres a dos fases, y ahora se generan unos deshechos muy controlados. El sistema de tres fases, del que salían tres caudales de aceite, alpechín y orujo, se ha cambiado por un sistema que produce aceite y alpeorujo, mucho más fácil de controlar y menos contaminante. La informática controla ya, prácticamente, todo el proceso, desde la entrada de la aceituna a las almazaras hasta la salida del aceite envasado. Dos acontecimientos del año 2000 en la provincia respaldan citada modernización. Por un lado, la visita de empresarios catalanes a instalaciones consideradas modelo de tecnología de Martos, Baeza, Sierra Mágina y Mengíbar, y, por otra parte, la concesión del premio Master Internacional de Empresas a la cooperativa marteña «Virgen de la Villa», por la alta calidad de sus aceites.

Iniciativas públicas y privadas

Una de las apuestas más importantes, surgida de la mano del sector, nació en junio con la puesta en marcha de la comercializadora CECASA, que aglutina al 60% de la producción nacional de aceite. Se trata de una propuesta para estabilizar el precio de los aceites mediante la intervención, con la compra y venta de los sobrantes. En un principio, la nueva compañía, que integra a un gran número de cooperativas y almazaras, no contó con el apoyo decidido ni la participación del Gobierno central ni de la Junta. Mundoliva, socio participante a su vez de CECASA, es también un claro ejemplo de las inquietudes privadas plasmadas en una cooperativa de cooperativas. La Fundación del Olivar, que abunda en la divulgación y el conocimiento del sector olivarero, es un caso de política de encuentro entre la iniciativa privada y la representación pública.

En lo que sí hubo una apuesta decidida del ejecutivo de Chaves, a través de la Consejería de Economía, fue en la creación, en 1999, del Mercado de Futuros, una especie de bolsa financiera específicamente del sector aceitero, creada para dar transparencia a los precios y que se pondrá en funcionamiento coincidiendo con Expoliva 2001. Otros proyectos del Gobierno andaluz para esta legislatura, enclavados en la Consejería de Agricultura, son: por un lado,



Imagen de la asamblea de constitución de CECASA celebrada el 5 de junio de 2000.

la construcción del Parque Tecnológico del Aceite, definido como un centro simbólico de formación, investigación, innovación y desarrollo tecnológico, y, por otro, la creación de la Unidad del Aceite, centro coordinador de todo el sector del olivar andaluz.

Pero el mundo del aceite no podía escapar a la globalización y ya está muy asentada la Red Europea de Municipios del Olivo (REMO), nacida en 1997 y su antecesora de carácter nacio-

Muestras olivareras

La provincia produce cada año alrededor del 40% de las toneladas de aceituna de España, lo que le imprime carácter y raíces evidenciadas a lo largo de los siglos. La mayoría de los municipios jienenses celebran fiestas centradas en la cultura del olivo y las diversas exposiciones y muestras del sector comienzan a ser un referente obligado. Sin duda, Expoliva en la capital es ya la gran feria del aceite a nivel mundial, y en diciembre, la fiesta de la Aceituna de Martos, localidad considerada la primera productora mundial, se ha erigido como la inauguración oficial de la campaña de recogida en todo el país. A estas ferias se unen la muestra Futuroлива de Baeza, la Fiesta del olivar de Sierra Mágina en Campillo de Arenas (ambas han celebrado este año su primera edición), las Jornadas del Olivar de Ubeda o Ecoliva en Puente Génave.

Existen aún, sin embargo, algunas sombras en este esperanzador panorama. Los sindicatos agrarios están preparados para defender con uñas y dientes al sector cuando se vuelva a abrir la caja de Pandora de la nueva reforma de la OCM, que ha puesto en evidencia las 760.000 toneladas impuestas en la controvertida reforma transitoria de 1998. Las penalizaciones podrían estar al orden del día en cosechas abundantes si la reforma se perpetúa en el tiempo. El control de los precios será otro caballo de batalla en contra, ya que las importaciones de otros países mediterráneos, que salieron mejor parados en la reforma, han calado negativamente para España por forzar una bajada estrepitosa y competitiva de precios.

Pero estas sombras no esconden la realidad del olivar, que dista mucho de la que existía hace sólo diez años y que se muestra como un pilar resistente frente a los avatares europeos, aunque sembrado de incertidumbres.



Moderno sistema de envasado implantado en la provincia.

nal, la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), creada un año antes, cuenta con la participación activa de la provincia, con Felipe López como presidente y la Secretaría de Martos. Ambas organizaciones persiguen, tanto la revalorización, como la difusión de la cultura olivarera. Representantes de estas dos organizaciones supramunicipales dieron los primeros pasos en mayo de 2000 para la constitución de la Federación Euromediterránea de Municipios del Olivo (FEMO), que amplía las competencias de la REMO a los países productores mediterráneos del norte de África.

El contexto en el que nace CECASA en 2000

El siglo XX se despide con la mayor campaña de aceituna de toda la historia



El último año del siglo se caracterizó por encuadrarse entre dos cosechas de signo contrario. Las escasas lluvias de 1999 determinaron una baja producción en la campaña 99/00, si bien las precipitaciones de la primavera y las caídas en los albores del otoño, hacían presagiar una cosecha para la campaña 2000/2001 de unas 2.240.714 toneladas de aceituna, la mayor cosecha de la historia.

La campaña 99/00 tuvo un ligero repunte por las lluvias de última hora, que aumentaron las cantidades previstas en el primer aforo de octubre del 99. La producción de aceituna total ascendió a 961.800 toneladas, un 41,5% inferior a la campaña anterior que contabilizó 1.680.964. La producción de aceite sumó 218.784 toneladas, 156.405 toneladas menos que la campaña 98/99. El rendimiento medio industrial, sin embargo, experimentó un incremento mínimo y pasó del 22,26% al 22,75% de la campaña 99/00, cifra que experimentaba un incremento porcentual en el último quinquenio del 1,12%. El rendimiento graso se vio beneficiado por la poca cosecha, que pudo ser mejor revisada, y por las heladas que favorecieron la pérdida de agua en la aceituna.

El segundo año del período transitorio de la OCM no supuso penalizaciones para los agricultores de la provincia al no rebasarse el cupo máximo concedido por Europa a España, por lo que se asignaron unas subvenciones de 220 pesetas por kilogramo.



Aspecto típico de la recogida: los vareadores golpean las ramas de olivo y hacen caer las aceitunas en los faldos.

Campaña histórica

El primer aforo de la Campaña 2000/2001, presentado por primera vez en Sevilla, cuantificaba en 448.143 toneladas de aceite, con un rendimiento del 20%, la cantidad prevista. Estas previsiones aumentaban las 425.200 toneladas de aceite de la campaña 97/98, hasta ahora la mejor de la historia, con lo cual se preparaba una cosecha que batiría récords. En comparación con la anterior campaña se duplican casi

todas las magnitudes. Una de las principales preocupaciones a partir de este momento, fue el cupo máximo europeo ya que sólo la comunidad andaluza, con una previsión de unas 795.000 toneladas de aceite, lo superaba con creces. Si bien el margen de error del aforo era del 10%, casi todas las correcciones practicadas sobre los datos de octubre a lo largo de la década fueron al alza. La aceituna jienense recibía al Siglo XXI con gran fuerza.

CAMPAÑA (*)	94/95	95/96	96/97	97/98	98/99	99/00	00/01	COMPARATIVO DE LAS PRINCIPALES CIFRAS DE LAS ÚLTIMAS 7 CAMPAÑAS DEL SIGLO XX	
Producción de aceituna Tm.	929.941	461.002	1.882.327	2.181.145	1.679.019	961.800	2.240.000		Producción media de aceituna 1.476.462 Tm Producción media de aceite 309.119 Tm Jornales medios de recolección 7.635.428 Jornales medios de molturación 197.142 Valor medio aceite producido 99.098 millones ptas. Valor bruto medio de la producción 165.539 mill ptas.
Producción de aceite Tm.	190.000	95.500	412.017	425.200	374.189	218.784	448.143		
Subvención aceite Ptas/kg	203	229	225	170	168	220	141		
Subvención aceituna Ptas./Kg.	40,6	47,5	49	34	45,1	46,2	46,2		
Jornales de recolección	5.620.000	3.067.000	8.400.000	10.700.000	8.800.000	5.658.000	11.203.000		
Jornales de molturación	300.000	115.000	308.000	200.000	158.000	90.000	209.000		
VALORES TOTALES (En miles de millones de pesetas)									
Aceite producido	54.943	30.274	121.000	124.500	154.316	79.145	129.513		
Subvención al aceite	36.581	21.870	98.200	72.300	75.490	51.265	68.200		
Jornales de recolección	25.487	14.550	41.824	49.220	42.243	33.342	69.010		
Jornales de molturación	2.532	1.069	2.830	1.900	1.553	907	1.929		
Valor bruto de la producción	96.880	54.078	226.300	202.400	236.750	134.367	208.000		

* Datos provisionales del aforo de octubre de 2000