
AVENTURAS Y DESVENTURAS DE LA OLEICULTURA ESPAÑOLA EN LA UNIÓN EUROPEA

■ FRANCISCO MONTERO LABERTI

Si en el debate planteado con motivo de la pertenencia de España a la Unión Europea hay multitud de opiniones sobre el beneficio o perjuicio que representó la adhesión para nuestro sistema agroalimentario, respecto al sector oleícola existe un juicio –creo que prácticamente unánime– sobre lo positivo de los efectos y consecuencias que tal hecho ha producido en uno de los cultivos y productos más genuinamente españoles. Bajo esta perspectiva, en este artículo se analiza el acontecer de estos once años desde el punto de vista de la regulación y las consecuencias y cambios que hemos tenido oportunidad de presenciar en el olivar y su aceite.

Las personas que llevan tiempo en contacto con el mercado de los aceites vegetales son conscientes de que en España, antes de la campaña 1985/86, las cosas no funcionaban mal; el consumo interior de aceite de oliva se había logrado recuperar después de una fuerte caída a mitad de los setenta, las exportaciones rondaban las 100.000 Tm., siempre dependiendo de las compras italianas, la rigidez de los intercambios con el exterior y el sistema de precios máximos de venta al público hicieron que la relación precio de aceite de oliva/precio de los aceites de semillas (principalmente girasol) fuera muy favorable para el primero... Por



contra, los métodos de elaboración del aceite de oliva sus formas de consumo y su presentación al público dejaban bastante que desear, siempre con honrosas excepciones.

En resumen, la política española de grasas vegetales con dos pilares básicos (protección frente al exterior y sostenimiento artificial de precios al consumidor) resultaba más eficaz e, incluso, más económica desde el punto de vista del gasto del erario público, que la practicada por la, entonces, CEE-10. Esta, en cambio, tenía el gran atractivo para los olivereros españoles de disfrutar de precios de intervención y ayudas

incomparablemente más altos que los practicados en nuestro país.

Dadas estas circunstancias nadie debe extrañarse cuando lea que España, desde el punto de mira comunitario, era vista, en los años inmediatamente anteriores a 1985 con cierta admiración, pero con temor. Es cierto que existía la impresión de que los “lagos de aceite” españoles iban a resultar carísimos para las arcas de Bruselas.

Con el correr de los tiempos se ha comprobado que la admiración era bien fundada, no así el temor al dispendio que iban a suponer los millones de kilos de aceite español. El coste de aplicación en España de las medidas de apoyo al aceite de oliva es

insignificante si lo comparamos con lo gastado en otros productos.

EVOLUCION HISTORICA DE LA OCM DEL ACEITE DE OLIVA DESDE LA ADHESION DE ESPAÑA

La filosofía que encierra el Reglamento Base de la Organización Común de Mercados (OCM) de materias grasas respecto al aceite de oliva es muy similar a la española de los años 80, con más instrumentos y más recursos. Una prueba de esa similitud es que en España se instituyeron ayudas a la producción y a las exportaciones marquistas.



Las diferencias consistían en los instrumentos elegidos y en los niveles que éstos alcanzaban. Se señalan varias:

1) El precio de intervención en España en 1986 (mes de febrero) rondaba las 185 pts./kg.; en la UE la cantidad pagada al productor se elevaba a 315 pts./kg., aproximadamente.

2) La ayuda a la producción se fijó en España para 1985/86 en 12 pts./kg. La vigente en los restantes países productores era de 103,5 pts./kg.

3) En España se optó por aislar el mercado nacional de aceites vegetales mediante el régimen de autorizaciones gubernamentales de compras al exterior. En la Unión Europea se creó el "prelevement" o exacción parafiscal para todo aceite de oliva procedente de países no miembros. Los demás aceites vegetales concurrían al mercado comunitario en plena libertad de cantidades con la única barrera de pagar en frontera un arancel, cuyo importe estaba en función del grado de elaboración.

La hipótesis de que España y Portugal hubieran entrado en la CEE-10 con la aplicación inmediata de todos los mecanismos contemplados en la Organización Común de Mercado de materias grasas desde el primer día de la adhesión y con los niveles existentes en el seno de la Comunidad se descartó desde el principio por parte de las autoridades de la Comisión, que no de las españolas.

La realidad fue que no quisieron correr el riesgo de suprimir el régimen español de un plumazo y prefirieron dilatar la total y plena incorporación para un periodo transitorio de diez años, ni siquiera de duración normal (siete años). Las frutas y hortalizas y las materias grasas fueron considerados sectores "sensibles" con el argumento de que en esos 10 años las estructuras de producción, industrialización y comercialización se irían modificando paulatinamente y así no se producirían efectos indeseables en ambas partes.

El periodo de adhesión que comenzó el 1 de marzo de 1986 con la aplicación de la regulación comunitaria (excepción hecha de la ayuda al consumo) se dividió en dos etapas. En el

transcurso de los primeros años los importes de los precios institucionales se fueron aproximando, cada campaña, en una vigésima parte de la diferencia constatada en 1985/86. Desde la campaña 1987/88 hasta la de 1995/96 la vigésima parte de la diferencia se convirtió en la octava.

La ayuda a la producción se aproxima en 10 tramos hasta alcanzar, en 1995/96, el importe que tendría esa campaña en los demás países. A destacar dos aspectos importantes en ese sentido:



a) La ayuda comunitaria recae sobre el aceite de oliva virgen y sobre el aceite de orujo crudo extraído con posterioridad, fijándose, en un 8% de la cantidad de aceite virgen extraída.

b) La UE distingue entre los oleicultores miembros de Organizaciones de Productores Reconocidas a los que se le abona la ayuda por kilo de aceite realmente producido y el resto (no asociados) a los que se les concede la ayuda en función del número de olivos y del potencial de éstos.

También desde el 1 de marzo de 1986 se puso en vigor para nuestro país el régimen de protección variable en

frontera. Los intercambios entre España y la CEE-10 quedaron liberalizados compensándose la diferencia entre precios institucionales con un mecanismo igualador en la frontera común (Montantes Compensatorios de Adhesión).

Las exportaciones españolas se beneficiaron desde el principio de las restituciones comunitarias a la exportación, modulados sus importes por los Montantes Compensatorios de Adhesión de los productos exportados y corregidos, en su caso, en la diferencia de los importes de las ayudas al consumo respectivas. Asimismo, los aceites de oliva españoles también se beneficiaban de las restituciones o ayudas al aceite de oliva utilizado en la fabricación de distintas conservas de pescado.

• PRIMERA REFORMA (1987)

En 1987 se introdujeron importantes novedades, algunas de las cuales todavía perduran. Entre ellas destacan:

- La fijación de una cantidad máxima de aceite producido con derecho a ayuda para cada campaña, incluyendo aceite virgen y aceite de orujo, de 1.350.000 Tm. para toda la UE (permanece invariable hasta ahora).

- Penalizaciones al importe de la ayuda si dicha cantidad se supera (no aplicable a los pequeños productores).

- Distinción entre pequeños productores y los restantes. La producción límite para ser considerado pequeño productor en aquel año fue de 200 kg. de aceite, después iría aumentando hasta los 500 kg. actuales.

- Al establecerse un tope máximo de cantidad de aceite total con derecho a ayuda en toda la UE se suprimieron otras limitaciones como la que existía para España que impedía beneficiarse de esta ayuda a las superficies plantadas después del 1 de enero de 1984.

A partir de estas medidas, se aceleró el ritmo de aproximación de precios de intervención y desde entonces la OCM sólo ha sufrido ligeros retoques, viniendo condicionados los escenarios de mercado más por las circunstancias externas que por los cambios en la normativa comunitaria.

• APERTURA AL EXTERIOR DEL MERCADO ESPAÑOL (1991)

Un acontecimiento fundamental para España fue la eliminación, el 1 de enero de 1991, del régimen de control de cantidades y precios de aceites distintos al de oliva que habían de ser puestos en el mercado interior (periodo conocido como "stand still"). Este sistema protegió durante cinco años al aceite de oliva de la competencia de productos como los aceites de girasol, soja, cacahuete, etc...

Es en esta fecha cuando el mercado español se abre a las importaciones de todos estos aceites y cuando se introduce en nuestro país la ayuda al consumo, único elemento que faltaba para completar la aplicación de la regulación comunitaria.

La ayuda comenzó a tener vigencia el 1 de diciembre de 1990 con un valor de partida cuyo importe neto era de 62,6 pts./kg. ó 57,35 pts./litro. Esta ayuda se concede a las empresas envasadoras, en función de las cantidades de aceite vendido en determinadas condiciones y afecta también a los aceites de orujo de oliva.

A partir de 1991 las Agrupaciones de Productores y sus uniones pudieron recibir ayudas al almacenamiento; el FEOGA subvencionaba los costes de mantener determinadas cantidades de aceite sin salir al mercado, a fin de conseguir una comercialización más fluida, en momentos de exceso de oferta, y lograr mejores precios.

• SEGUNDA REFORMA DE LA PAC (1992)

Los años 1992 y 1993 son de cambio en la filosofía que impregna la PAC. Las primeras reformas se centraron en el régimen de apoyo a los cultivos herbáceos y a las producciones ganaderas, con el objetivo de que las demás Organizaciones Comunes de Mercado tomen el mismo camino. El aceite de oliva, en consecuencia, sigue estando dentro de ese objetivo, como se está comprobando con el inicio de las negociaciones para una nueva OCM

iniciadas en 1996. En todo caso, ya en la campaña de 1993 se reajustaron las bonificaciones y penalizaciones que la intervención aplicaba a sus compras, disminuyendo las diferencias que existían entre los aceites de las diferentes calidades.

Como consecuencia de la firma del Acta Unica Europea, llegó la igualación de precios institucionales españoles con los practicados en el resto de países, así como también el importe de la ayuda al consumo dejando el ritmo normal de aproximación para la ayuda



a la producción, que se ha igualado totalmente en la campaña 1995/96.

He citado las conversaciones que condujeron a la firma de los Acuerdos de la Ronda de Uruguay y el aceite de oliva no se ha librado, como es lógico, de los compromisos que afectan a los productos agrarios. No es extraño que, a raíz de este acontecimiento, en la campaña 1994/95 se produjeran importantes novedades en el sistema de ayudas al aceite de oliva con las que España no estuvo nunca de acuerdo, pero que resultaron aprobadas finalmente pues nuestro país quedó aislado en su oposición.

Me refiero, principalmente, al traslado de una buena parte de la ayuda al consumo a la ayuda a la producción (las repercusiones se hicieron notar inmediatamente y dieron la razón a las tesis españolas) y a la rebaja apreciable de los precios de intervención.

ADAPTACION DEL SECTOR OLEICOLA A LA NORMATIVA COMUNITARIA

A fin de que el interesado lector pueda seguir más fácilmente los comentarios que contiene este apartado voy a intentar ordenarlos según las distintas fases de la cadena alimentaria del aceite. Quiero indicar que existen aspectos comunes a todas ellas y que, por tanto, alguno se repetirá, aunque, naturalmente, con los matices que a cada una de las fases les son propios.

* EMPRESARIO AGRARIO (OLEICULTOR)

Lo primero que preguntará cualquier curioso es ¿qué ha pasado con las rentas de los olivares en estos once años?. Para hablar de rentas es preciso definir clara y concretamente los gastos de las explotaciones, inevitablemente ligados a la estructura de éstas, por eso hablaré exclusivamente de ingresos.

En el cuadro nº 1 se recoge la evolución de precios de intervención y ayudas a la producción que forman los teóricos ingresos mínimos de los olivares en estas once campañas.

La evolución de los importes es reveladora. La ayuda a la producción en 1995/96 es la de 1985/86 multiplicada por 19, y el precio de intervención máximo para la calidad tipo (1993/94) era un 95% más alto que el de la campaña de inicio. La reducción de los años posteriores es debida a la variación de filosofía de la PAC que originó no solamente descensos en el precio sino también en la cotización ecu/peseta.

El segundo aspecto a tratar es el de la calidad, común como dije antes a todos los eslabones de la cadena, pero que en el productor se ha reflejado en



una inquietud por obtener una aceituna que tenga unas características lo más idóneas para la obtención de buenos aceites. Los diferenciales de precio y las campañas de tratamientos enmarcados en el Plan de Mejora de la Calidad han tenido mucho que ver en ello.

Asimismo, prácticas como plantaciones con variedades de una excelente aptitud para almazaras o una recolección más cuidadosa se están extendiendo poco a poco.

Por su parte, los apoyos financieros al almacenamiento privado han supuesto también un avance significativo en la participación de los productores, a través de las cooperativas, en la gestión de los mercados. Se han podido escalar las ventas en épocas de exceso de oferta; por tanto se han alcanzado mejores precios y lo que es más importante: las asociaciones de productores están convenciéndose de que son las verdaderas protagonistas del mercado de graneles, puesto que son las obtentoras de la materia prima a comercializar.

* INDUSTRIAS FABRICANTES DE ACEITE (ALMAZARAS)

Al ser una buena parte Cooperativas de productores, los comentarios incluidos en el apartado referido a los oleicultores las afectan íntegramente, pero añadiré además que:

Con la introducción de la ayuda al consumo una buena parte de las almazaras se convirtieron en envasadoras, permitiendo de esta manera:

- Una mayor preocupación por el estado de las instalaciones.

- Realización de nuevas inversiones que dieron lugar a prácticas mercantilizadas no utilizadas en esta fase (distintas presentaciones, creación de marcas, campañas de publicidad) a fin de obtener cuota de mercado.

- Se consiguió erradicar la práctica del autoconsumo.

- Se ha introducido una mayor competencia, especialmente en ámbitos comarcales, lo cual beneficia al consumidor.

La batalla por la calidad también ha comenzado a ganarse en esta primera

CUADRO Nº 1
AYUDAS A LA PRODUCCION Y PRECIOS DE INTERVENCION DEL ACEITE DE OLIVA DESDE EL INGRESO DE ESPAÑA EN LA UE

| CAMPAÑA | AYUDA PRODUCCION (PTAS./KG.) | PRECIO INTERVENCION (PTAS./KG.) |
|---------|------------------------------|---------------------------------|
| 1985/86 | 12,0 | 187,3 |
| 1986/87 | 21,2 | 196,2 |
| 1987/88 | 32,3 | 222,5 |
| 1988/89 | 41,9 | 239,0 |
| 1989/90 | 55,8 | 252,6 |
| 1990/91 | 60,5 | 266,0 |
| 1991/92 | 69,1 | 277,6 |
| 1992/93 | 92,5 | 335,2 |
| 1993/94 | 126,5 | 365,5 |
| 1994/95 | 220,9 | 327,4 |
| 1995/96 | 234,9 | 307,5 |

FUENTE: DIR. GRAL. DE PRODUCCIONES Y MERCADOS AGRÍCOLAS (MAPA).

CUADRO Nº 2
AYUDAS AL CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA RECIBIDAS POR ESPAÑA DE LA UE

| CAMPAÑA | AYUDA (PTAS./KG.) | ACEITE CON DERECHO A AYUDA (TM.) | TOTAL RECIBIDO (MILL. PTS.) |
|---------|-------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| 1990/91 | 65,2 | 427.403 | 27.866 |
| 1991/92 | 68,4 | 495.612 | 33.890 |
| 1992/93 | 75,9 | 538.394 | 40.864 |
| 1993/94 | 75,3 | 577.706 | 43.501 |
| 1994/95 | 20,6 | 466.884 | 11.412 |
| 1995/96 | 20,6 | 43.337 (*) | 4.851 |

(*) HASTA EL MES DE JULIO DE 1996
FUENTE: FONDO ESPAÑOL DE GARANTIA AGRARIA (MAPA)

fase. He hablado antes del Programa de Mejora de la Calidad (que tiene un principal protagonista: el maestro almazarero), pero es necesario mencionar también los Programas de Reestructuración del Subsector cofinanciados por el FEOGA-Orientación, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y las correspondientes Consejerías de las Comunidades Autónomas.

Como consecuencia de este Programa y de la iniciativa empresarial, se ha conocido una verdadera modernización de la industria de elaboración de

aceite de oliva que hasta ha superado problemas tradicionales como la eliminación de alpechines.

* ENVASADORAS Y OTRAS INDUSTRIAS DEL RAMO

El periodo conocido como "stand-still" tuvo su utilidad puesto que la comercialización del aceite de oliva durante los primeros años de la pertenencia a la Unión Europea continuó bajo los parámetros existentes anteriormente en España.



más **VARIEDAD** más **BUENO**

Más productos. **Más** opciones. **Más** oportunidades.

Le presentamos nuestra amplia gama de merluza.

Lo **más** bueno del mar. Para crecer **más**, para vender **más**, para ser **más**.

Distintas opciones y variedades, ultracongeladas en origen y listas para satisfacer los deseos de miles de amas de casa, miles de familias que ya saben que PESCANOVA es **más**.

También hemos hecho **más** publicidad, **más** anuncios.

Por eso hay **MÁS** PESCANOVA en la calle, en las revistas, en la televisión, en los lineales de supermercados... en sus manos.

Por eso vamos a **más**, y usted con nosotros.

Porque lo bueno siempre sale bien.

PESCANOVA

Lo bueno sale bien

PESCANOVA ALIMENTACION, S.A.
Rúa de José Fernández López, s/n.
Chapela - REDONDELA (Pontevedra).

Aceite de Oliva



La total apertura del mercado, llevada a efecto en 1991, no significó en realidad alteración alguna de la situación precedente, debido a que el importe de la ayuda al consumo constituyó un elemento muy importante con el que jugaron los envasadores para no trasladar totalmente la subida de los precios de mercado al consumidor. El deseado efecto de la ayuda al consumo consiguió hacer que la distancia de precios entre el aceite de oliva y los de semillas no se hiciera insostenible para aquél y descendiera su consumo.

En esta misma línea, la reducción de la ayuda en la campaña 1994/95 fue una de las causas que provocaron la espectacular subida del precio del aceite de oliva en los primeros meses de 1995, subida que se ha venido manteniendo desde entonces y que se ha traducido en un descenso de las ventas.

La ayuda al consumo inyectó apreciables cantidades a las empresas envasadoras (ver cuadro nº 2). Las cantidades vendidas de aceite representaron 150.000 Tm. más en 1993/94 que en 1990/91. El descenso en la campaña 1994/95 ha sido suficientemente explicado, el de 1995/96 se debe a la reducción de la cosecha.

La extensión de las ayudas a la producción y al consumo al aceite de orujo de oliva vino a rescatar, en cierta medida, a este producto del letargo en el que estaba sumido en España. Las ventas de este tipo de aceite también ascendieron notablemente y su retroceso en la última campaña no fue tan considerable debido a que su precio al público es más económico que el del aceite de oliva.

Es cierto que el avance tecnológico resultante de la comercialización del sistema de dos fases, ventajoso desde el punto de vista de las almazaras porque soluciona el problema de eliminación de alpechines, no lo es tanto para los que se dedican a extraer el orujo, pues éste tiene más agua y menos aceites, lo cual origina más altos costes en las operaciones que estos industriales realizan.

Es obligado mencionar el comercio exterior. Afortunadamente, también en este campo es preciso elogiar el comportamiento de nuestras empresas que han comprendido la necesidad de aumentar los envíos de aceites envasados con marca, reduciendo, de este modo, la dependencia de nuestro país de las compras italianas que, como se sabe, se centran en los graneles de aceites vírgenes de calidad.

Las restituciones a la exportación, no siempre con importes en consonancia con las peticiones del sector, han hecho más fácil la penetración del aceite español en otros mercados.

De todas maneras, los acuerdos de la Ronda de Uruguay del GATT y sus limitaciones a este tipo de ayudas deben significar un mayor trabajo en este sentido, si se pretende no perder presencia en países donde ya existe cierto nivel de consumo o aumentarlo en aquellos en los que éste es todavía incipiente.

* CONSUMIDORES

Para el español que compra y gusta del aceite de oliva, la principal ganancia de todos estos años, a mi entender, ha sido ver como en España se ha alcanzado —ya era hora!— una apreciable ofer-

ta en línea con la conocida en Italia. Es una auténtica alegría mirar las estanterías de grandes superficies, supermercados, tiendas especializadas o ultramarinos en general, y que están repletas de botellas de aceite virgen con diversidad de marcas, presentaciones y etiquetados. También se acoge con júbilo la presencia del aceite de oliva en restaurantes, sea para añadir a los platos, para utilizarlo como aperitivo o, sencillamente, para poner en el pan en lugar de mantequilla.

Son síntomas de que la cultura del aceite está comenzando a impregnar nuestras costumbres culinarias y no es que en España la ignorásemos, sencillamente es que estábamos tan habituados que no valorábamos en su justa medida sus excelencias y tampoco estaban muy difundidos sus variados sabores, ni las peculiaridades de los producidos en cada zona.

Con respecto al precio de venta al público creo que se necesita un adecuado equilibrio entre el coste real de producción y el interés del consumidor de encontrarse con precios que no incentiven el cambio a los demás aceites que concurren en el mercado.

No se pueden dar cifras seguras, pero está claro que lo ocurrido el año pasado influye muy negativamente a la hora de decidirse a comprar y que más vale dejar de ingresar X + 100 pesetas por kilo en un año porque en los siguientes se pueden perder las 100 ptas. y, hasta, las X (mensaje para especuladores).

LA REFORMA QUE VIENE

Las razones expuestas al hablar de la reforma de la PAC de 1992 han movido a la Comisión Europea a concebir una transformación sustancial de la OCM del aceite de oliva que no refleja las aspiraciones españolas. Las líneas maestras de esta ruptura con la regulación anterior se saben de manera oficiosa porque no hay por el momento ninguna propuesta de la Comisión. Dichas líneas se resumen así:

— Las ayudas se reducirían a una única por árbol productivo reconocién-

dose, para cada Estado Miembro, un número de árboles máximo con derecho a ayuda.

– Se plantea suprimir el precio de intervención. Únicamente habrá ayudas a los almacenamientos privados del aceite.

– Para los intercambios con el exterior se continúa con el régimen de licencias de importación y con la aplicación del arancel común, que podrá suspenderse caso de desabastecimiento del mercado.

– Asimismo podrán concederse restituciones a la exportación, siempre cumpliendo los compromisos internacionales.

– El sistema de control de los olivos con derecho a ayuda se realizará como hoy se controlan las superficies de cultivos herbáceos que reciben pagos compensatorios.

– La U.E. financiará medidas conducentes a promover el consumo de aceite de oliva producido en su territorio y acciones destinadas a la mejora de la calidad.

Hemos asistido ya a una contestación por parte de los sectores privados y por las administraciones de los países con mayor producción. Italia y España no están del todo satisfechas con los borradores que se barajan y, me atrevo a decir, que el sentir de todos los estamentos españoles implicados es de una oposición radical, hasta el punto de pensar en solicitar del Gobierno la presentación del veto como en su día se hizo con la propuesta de reforma del sector vitivinícola. La posición italiana está más cerca de lo planteado por la Comisión, pareciendo difícil que se adhiera a la española en su rechazo absoluto.

La preocupación porque la Comisión haga efectivas sus intenciones, ha movido a los interesados a constituir una especie de plataforma de defensa del olivar español que cristalizó en la elaboración de un documento conjunto refrendado por las Organizaciones Profesionales Agrarias, Cooperativas, Almazaras Industriales, Refinadores y Envasadores y la principal asociación de empresas exportadoras (ASOLIVA).

El documento en cuestión se ha hecho público y trata de llevar al ánimo de las autoridades encargadas de decidir en el tema y de la sociedad en general que la posible reforma tal y como está concebida en estos momentos es muy perjudicial y aboga por el ajuste de las reglas actualmente vigentes. Seguidamente paso a sintetizar las reivindicaciones contenidas en el mencionado documento de consenso.

1. Cantidad máxima garantizada: para reflejar, siquiera con aproximación, la realidad del olivar europeo, la cantidad máxima de aceite de oliva comunitario con derecho a ayuda debería pasar de 1.350.000 Tm. a 1.550.000 y no debe ser nacionalizada. Su superación influiría sobre el importe de la ayuda a la producción, pero no sobre el precio de intervención.

2. El precio de intervención debe continuar en vigor y a niveles que, junto a la ayuda a la producción, asegure el nivel de renta de los agricultores. Se desea que la intervención abra durante toda la campaña.

3. La ayuda a la producción se fijará para el aceite efectivamente producido y en ningún caso por producción estimada. En este sentido se proponen mecanismos para poder controlar mejor las cantidades con derecho a ayuda.

4. Ayuda al consumo: se considera necesaria su continuación. Su importe sería, al menos, superior a los costes que genera la operación del envasado. La cifra ideal propuesta es de unas 50 pts./kg. de aceite.

5. Prohibición, en todos los países de la Unión Europea, de vender mezclas de aceite de oliva con aceites vegetales distintos de él.

6. Creación de un registro de explotaciones de olivar marginal e institución de apoyos complementarios.

7. Potenciación de las Organizaciones de Productores y sus uniones.

8. Se demanda una mayor participación de los subsectores productor y envasador en la promoción del aceite de oliva.

9. La exportación es fundamental por lo cual habrá que buscar una solución que, respetando los compromisos



internacionales, logre el mantenimiento de estos envíos, so pena de que las empresas interesadas trasladen sus factorías fuera de la UE.

Pasando ya a mis impresiones personales, tengo que reconocer la enorme utilidad del contenido del "documento del consenso", su brevedad, claridad y, por supuesto, el mérito de haber concitado la aprobación unánime de los, en bastantes ocasiones enfrentados, productores e industriales.

Al hilo de las relaciones entre ambos estamentos, diré que sería estupendo que el acuerdo al que se ha llegado para luchar contra algo considerado como negativo, se ampliase a realizar acciones positivas aunando intereses; ello beneficiará a todos.

RETO INTERPROFESIONAL

El sector olivarero cuenta con los suficientes instrumentos para llegar a constituir una interprofesión fuerte, capaz de canalizar las aspiraciones de agricultores e industriales y no es de recibo que el país con mayor producción de aceite de oliva no haya podido, o no haya sabido, convertirse en el líder del mercado.

Aceite de Oliva

Teniendo en cuenta que es una responsabilidad de todos, no sólo de la Administración que, a buen seguro, apoyará los pasos que la iniciativa privada dé en esta línea.

A partir del acuerdo interprofesional –que terminará por llegar, como fruta madura–, se podrían concentrar todos los esfuerzos que se dispersan en estos momentos relativos a: campañas de difusión y divulgación (tanto en España como fuera), programas de formación y mejora de calidad, autocontrol y vigilancia para evitar fraudes, promociones al exterior..., una variedad de acciones que hoy se efectúan de manera un tanto descoordinada.

Algo que habrá que decidir sobre el contenido del documento de consenso es su carácter. ¿Todas las reivindicaciones son irrenunciables? Me imagino que es un documento de máximos y no de mínimos. En principio, entre las irrenunciables estarían la ayuda a producción real (llegado el momento podría



considerarse la distribución producción-árbol), la prohibición de la venta de mezclas, el aumento de la cantidad máxima garantizada, la supervivencia del precio de intervención (los periodos de apertura también podrían ser negociables) y el mantenimiento de los mer-

cados exteriores. Respecto a la ayuda al consumo, quizás sería mejor suprimirla, de no aumentarla fuertemente, que estabilizarla en los importes actuales.

Esperaremos a ver como se desarrollan los acontecimientos en los próximos meses que van a resultar decisivos. No creo que la Comisión Europea ponga sobre el tapete una reforma que cuente con la oposición total de un país (ver documento anexo presentado por la Ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Loyola de Palacio, en el Consejo de Ministros de Agricultura de la UE celebrado en septiembre de 1996) en el que se produce cantidad y calidad de aceite de oliva. Si tal hecho sucediese, se pondría en duda no sólo la cohesión económica social o territorial de la UE, sino, incluso, el carácter democrático de sus instituciones. □

FRANCISCO MONTERO LABERTI

Consejero Técnico.

Subdirección Gral. de Análisis Económico.
M^o de Agricultura, Pesca y Alimentación.



1-5 MARZO / MARCH 1997

EQUIPAL FOOD

SALON INTERNACIONAL DEL EQUIPAMIENTO PARA EL COMERCIO Y LA INDUSTRIA ALIMENTARIOS
INTERNATIONAL SHOP AND INDUSTRIAL EQUIPMENT EXHIBITION



| | |
|-------------------------|--|
| TECNOCARNICA | Salón Internacional para la Industria Cárnica y afines · <i>International Exhibition for Meat and Allied Industries</i> |
| TECNOALIMENTARIA | Salón Internacional para la Industria Alimentaria · <i>International Food Processing and Machinery Exhibition</i> |
| SICOP | Salón Internacional de Panadería, Confeitería e Industrias afines · <i>International Bakery and Pastry Exhibition</i> |
| TRANSINFO | Salón Internacional del Transporte y de la Logística · <i>International Transport and Logistics Exhibition</i> |
| EXPOFRYC | Salón Internacional de las Aplicaciones Técnicas del Frío y la Climatización · <i>International Technical Application of Cooling and Air-Conditioning Exhibition</i> |

Fira de Barcelona
Av. Reina M^o Cristina, s/n. 08004 Barcelona (España)
Tel. (+34 3) 233 22 48 Fax (+34 3) 233 22 49

BLenheim
Diputació, 119 4^o. 08015 Barcelona (España)
Tel. (+34 3) 451 61 62 Fax (+34 3) 451 66 37



Si, deseo más información de BTA
Yes, please send me more information about BTA

Envíe este cupón a: **Blenheim Prosema S.A.** Diputación 119, 4^o. 08015 Barcelona (España).

Exponer en el / los salones · *To exhibit at the exhibition* _____

Visitar el / los salones · *To visit the exhibition* _____

nombre / name _____ dirección / address _____

cargo / function _____ ciudad / city _____

empresa / company _____ CP / ZC _____ país / country _____