

ECONOMÍA / POLÍTICA

El Gobierno investiga a la industria y la distribución por la guerra del aceite

ALIMENTACIÓN/ Productores, envasadores y supermercados e hipermercados chocan por las ventas a pérdida y por el fraude en el etiquetado del oro líquido. "Habrá sanciones", apuntan desde Agricultura.

J. M. Lamet / C. G. Bolinches.
Madrid

El sector del aceite de oliva, vital para la economía española, se está convirtiendo estos días en un polvorín. Tras una campaña escasa, productores, industria y distribución protagonizan una guerra fría que puede estallar esta misma semana, según los dirigentes sectoriales y las fuentes gubernamentales consultadas por EXPANSIÓN.

Los puntos de la discordia son dos: la venta a pérdidas y el fraude en el etiquetado o en la calidad. Es decir, los casos en los que los distribuidores comercializan el aceite de oliva a un precio más bajo que el de producción y las ocasiones en que la verdadera calidad del aceite no es la que se anuncia en el envase.

El Gobierno investiga estas prácticas a través de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), que desde septiembre a principios de febrero inició 44 inspecciones de oficio, en las que tomó otras tantas muestras de aceite, después de que el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente detectara "precios anómalamente bajos". Además, la AICA ha recibido cuatro denuncias relativas al llamado "oro líquido".

En un tercer flanco de investigación, la agencia inspecciona si las grandes compañías envasadoras cumplen con las normas básicas de contratación y si pagan dentro de los plazos legales, cosas ambas muy poco extendidas, sorprendentemente, en el ámbito agroalimentario. "Habrá sanciones en estos puntos, seguro", apuntan fuentes gubernamentales. De hecho, la ministra de Agricultura, Isabel García Tejerina, enfatizó el pasado día 6 de febrero, en La Moncloa: "El incumplimiento no le va a salir gratis a ningún operador".

Pero la gran batalla se libra en el etiquetado y en la venta a pérdida, como producto reclamado. Si, después de pedir los contratos de esas botellas de aceite y de analizar el líquido en el laboratorio, la AICA detecta que se están vendiendo a pérdida o que las propiedades del producto no coinciden



Isabel García Tejerina, durante su visita a la sociedad cooperativa Oleoestepa, en Estepa (Sevilla).

Se ha detectado fraude de calidad en el etiquetado de al menos 16 marcas de aceite de oliva

con la calidad anunciada en el etiquetado, transmitirá estas anomalías a todas las consejerías de las autonomías en las que se haya vendido el producto. Ya se ha hecho en seis casos, aunque el Gobierno no puede especificar de qué alimentos se trata, por la confidencialidad de las inspecciones.

Reuniones

La estrategia gubernamental para que estas irregularidades no queden impunes es astuta: "No buscamos ventas a pérdida, que no son de nuestra competencia, pero si las encontramos debemos comunicárselas", apuntan fuentes de la AICA.

Las comunidades pueden sancionar, archivar la denuncia o investigar aún más. "Hay autonomías que antes no hacían nada y que empiezan a ponerse las pilas. Murcia, Cataluña y Cantabria son de las más activas", apuntan las fuentes gubernamentales.

MALA CAMPAÑA

La recolección de la última cosecha de aceite de oliva fue muy escasa, de unas **800.000 toneladas**. Por tanto, y pese a que quedan existencias de la gran campaña anterior, en España falta aceite. Así, el precio debería estar subiendo.

El 2 de marzo se reunirá la Mesa del Aceite de Oliva, a petición de la patronal de industrias aceiteras Anierac, que clama al cielo por las ventas a pérdida. En esa reunión, la AICA detallará las acciones que ha tomado hasta ahora.

Antes, este miércoles, 25 de febrero, García Tejerina se reunirá con los representantes de las patronales de la distribución comercial -Anged (hipermercados), Asedas y Aces (ambas, supermercados)- para hacer balance del primer año de la Ley de la cadena alimentaria, que regula las relaciones agroalimentarias. En la reunión, se tratará el tema como una prioridad.

El aceite de marca blanca se vende 0,16 euros más barato que lo que vale producirlo, según la industria

Aunque la AICA no informa de sus inspecciones, fuentes de la interprofesional del aceite de oliva aseguran que en 16 de las 44 muestras investigadas se ha detectado la posibilidad de fraude sobre su calidad. Estas prácticas fraudulentas -etiquetar como virgen extra lo que no lo es, por ejemplo- están más extendido de lo que se piensa.

Por ejemplo, la Junta de Andalucía ha detectado disfunciones de calidad en 3.904 toneladas, un 8% del total analizado. Ojo, esto no supone en ningún caso un peligro para la salud de los compradores, pero sí para sus bolsillos.

Se trata de "prácticas especulativas". "El aceite bueno escasea este año y hay gente que está manipulando", denuncia un dirigente patronal. Otro apunta que "los refinados se venden como aceite de oliva" y que "los virgen extra no lo son". Bajo el anonimato, las patronales denuncian di-

rectamente a varios supermercados muy conocidos.

En el terreno industrial, los envasadores señalan que el problema de la venta a pérdida lleva afectando al sector "desde hace demasiados meses". "Es un problema brutal y medible", recalcan fuentes de una de las principales compañías españolas. Otro envasador asegura que el aceite, al igual que sucede con otros productos básicos como la leche, es utilizado desde hace años como un producto reclamado por parte de la distribución. "Hay determinadas cadenas, no todas, que quede claro, a las que no les importa perder dinero con el aceite e incluso publicitan precios con los que, obviamente, pierden dinero, pero lo recuperan con el margen que obtienen con otros productos", explican.

Pérdidas

Para justificar que esta situación es medible, el sector explica que, el pasado mes de diciembre, el diferencial de precios hacía que por cada litro de aceite de oliva refinado (sin IVA) que se vendía de marca de distribución se perdían, de media, 16 céntimos. En ese momento, el precio de venta al público (PVP) era, indican, de 2,33 euros, frente a los 2,49 euros que costaba producirlo. En agosto fue aún más grave, afirman, ya que ese diferencial alcanzó los 32 céntimos con un PVP de 2,04 euros. Lejos queda el margen positivo de 72 céntimos por litro que la distribución llegó a obtener, según las citadas fuentes, en enero de 2014, cuando el PVP ascendía a 2,51 euros.

Respecto a cómo se está pagando la materia prima a los productores, el sector argumenta que "se paga a los productores de aceite al contado, mientras que luego tardamos tres o cuatro meses hasta que ese mismo aceite llega al mercado". Los productores, en cambio, denuncian plazos elevadísimos. Y la industria, a su vez, acusa a la distribución de dilatar los plazos.

Desde la distribución apuntan que la venta a pérdidas no está regulada en la Ley de la cadena alimentaria, por lo que no es asunto de la AICA, sino de las regiones.

CEOE reclama los contratos temporales sin causa

Expansión.Madrid

CEOE propone un contrato temporal sin causa, con una duración máxima de dos años, contratos formativos más flexibles con salarios por debajo del convenio y que aumente el componente variable de los salarios. En materia retributiva, CEOE apuesta por "el moderado crecimiento de los salarios, donde la realidad económica de los sectores y/o empresas lo permita".

Así figura en el borrador del informe que CEOE ha elaborado en respuesta a una petición del Gobierno, con propuestas de cara a la elaboración del próximo Programa Nacional de Reformas 2015, según informó *Europa Press*.

En el plano laboral, la patronal sigue insistiendo en dar otra vuelta de tuerca a la reforma. Concretamente, demanda simplificar las distintas modalidades de contrato e impulsar aquellas más flexibles. Habla, por ejemplo, de "potenciar abiertamente el contrato a tiempo parcial", como un contrato ordinario, pero con una jornada inferior.

En el caso de los contratos formativos, apuesta por más flexibilidad, tanto en jornada como en salario, "pudiendo ser este último inferior al salario de convenio".

Pero especial hincapié hace CEOE en el caso de la contratación temporal. Avisa que "restringir aún más esta modalidad puede producir efectos perniciosos en la recuperación del empleo".

Encadenar más de 2 años

Por ello, demanda que estos contratos puedan encadenarse durante más de 24 meses y refundir el contrato de obra con el eventual, "como un contrato temporal acausal", con una duración máxima de dos años en un periodo de referencia de 30 meses, sin afectar a modalidades como el propio contrato fijo de obra, como adelantó este diario el 11 de junio de 2014.

Por último, CEOE también sostiene que podría recuperarse el contrato de fomento de empleo de 1984, ideado por el PSOE, con una duración de 6 meses a tres años y una indemnización de 12 días por año trabajado, pero sólo para jóvenes y como solución mientras persista el problema de desempleo juvenil.