

LOCAL | Entrevistas

“A pesar de la pandemia, la visión que el mundo tiene de nuestros aceites sigue siendo muy buena”

Mateo Muela Rodríguez, Director de Exportación de la firma prieguense Mueloliva

Antonio J. Sobrados Pareja

Martes 26 de mayo de 2020 - 19:01



Mateo Muela Rodríguez ejerce de Director de Exportaciones en la firma prieguense Mueloliva. A lo largo de los últimos años ha sido el responsable de la expansión de esta empresa familiar, ubicada en Priego de Córdoba, por los cinco continentes, llevando sus marcas a los mercados de medio mundo. Conocedor de los mercados internacionales, analizamos con él la situación y el futuro de las exportaciones del aceite de oliva en este nuevo orden mundial, provocado por la pandemia del Covid19.

¿En qué momento les cogió la entrada en vigor del Estado de Alarma?

Prácticamente con la campaña de recogida de aceituna cerrada y a pleno rendimiento con el envasado y fabricación, digamos que era una situación normal de producción.

A medida que se vio la magnitud del problema, lógicamente seguimos los protocolos de seguridad que recomendaba la OMS, aunque de partida y al tratarse de un sector estratégico y ser una industria alimentaria, ya nos exigimos elevados estándares de higiene y seguridad en la manipulación.

Por eso y además de los protocolos habituales, lo primero era garantizar la salud y la seguridad de los trabajadores y sus familias, así que fomentamos el teletrabajo en aquellos puestos que se podía hacer, se controla la temperatura a toda persona que entra en las instalaciones, se obligó el uso de mascarillas, la instalación de mamparas, además cada turno para una hora para realizar una limpieza y desinfección de las líneas, y en unos días haremos test a los trabajadores. Son medidas nuevas que se han implantado, y que sin duda todo apunta a que han llegado para quedarse.

Básicamente hemos seguido todas las recomendaciones del convenio del aceite de oliva, la asociación de exportadores y la asociación de fabricantes de aceite de oliva. Y por último si me gustaría destacar el esfuerzo realizado por todos los trabajadores al inicio del Estado de Alarma, ya que la alta demanda nos hizo trabajar en fines de semana durante un mes.

¿Cómo ha afectado la actual situación?

En lo que fueron las ventas, al principio hubo un nivel alto en retail, es decir las ventas en comercio minorista y supermercados, por la incertidumbre que había en ese momento, lo que hizo que en los hogares se acumularan productos básicos, lo que provocó que tuviésemos que estar trabajando los siete días de la semana. Mientras y por el contrario el food services o venta en restauración quedó prácticamente parado. Por tanto aumentó el consumo o la venta en hogares y se quedó a cero en hoteles o restaurantes, no solo en España, sino también a nivel mundial.

¿En qué se va a notar este vuelco del consumo?

Lógicamente la venta en comercios y supermercados va a disminuir porque se hizo aprovisionamiento en los hogares, a lo que hay que unir la crisis económica que ya está afectando a muchas familias, lo que hará que se opte por comprar aceites más económicos, aunque confiamos en que retome cierta normalidad la venta en restauración con la apertura de bares y restaurantes.

Precisamente con la apertura de bares y restaurantes sí hemos experimentado un aumento de las ventas en cuanto a blíster monodosis, envases de los cuales vamos a reglar dos cajas a estos establecimientos, muchos de los cuales están retrasando su apertura a la llegada de la Fase 2. Hay que recordar que el Gobierno ha eliminado las aceiteras de los bares, así que los clientes tendrán que acostumbrarse a estos formatos.

En España lamentablemente la pandemia ha tenido una alta incidencia, ¿cómo puede afectar a la imagen del aceite de oliva en otros países?

Prácticamente en nada, la calidad sigue siendo buena, se sigue vendiendo bien fuera de España y a pesar de la pandemia, la visión que el mundo tiene de nuestros aceites sigue siendo muy buena. No hay que olvidar que somos el mayor productor a nivel mundial, hay que recordar que el problema del Covid19 no afecta solo a nuestro país, sino que es un problema a nivel mundial. Asimismo, el aceite de oliva virgen extra es un producto básico y a la vez saludable, no hay que olvidar la dieta mediterránea y las bondades tanto para el sistema cardiovascular como inmunológico.

De esta situación, ¿qué países saldrán más reforzados?

Sin duda los países asiáticos por su capacidad de adaptación, por ejemplo China está recobrando y reactivando las exportaciones, son países que se adaptan mejor a los problemas. En Estados Unidos aún es pronto para poder adelantar algo, en Europa es ya sabido que habrá una crisis económica, mientras que la mayor preocupación se centra en América Latina.

Prácticamente en los países europeos, como el caso de Italia, el camino es paralelo a España en cuanto a las ventas y el consumo desde que se declaró la pandemia. Que tenga constancia, ninguna fábrica ha tenido que cerrar y la producción ha sido alta. Se trata de un producto básico y nosotros estábamos obligados a que no faltara el suministro, era una responsabilidad

¿Está siendo más difícil exportar?

Solo al principio de año, cuando en China la situación era bastante más delicada, ya que ello motivó que se detuviesen las exportaciones, entonces sí fue complicado encontrar transportes para los países asiáticos, lo que provocó que estos costes se incrementaran. Con la apertura de las exportaciones, las dificultades han ido a menos, afortunadamente.

A la hora de exportar, no podemos dejar de hablar de los aranceles que impuso Estados Unidos, ¿no tienen miras de eliminarlos?

No, además estamos de lleno en año electoral y Trump sigue con paso firme en este aspecto, así que no esperamos que a medio plazo cambie la situación. Así que se consumirá menos aceite español en Estados Unidos, al menos este año.

Dentro de unos meses se iniciará una nueva campaña, ¿cómo se espera?

Bastante buena, ya que ha habido lluvias, la floración ha sido buena y eso hará que la campaña próxima haya una buena producción, lo que unido al stock existente, garantizará el abastecimiento de aceite de oliva, aunque no se esperan unos precios muy altos para el agricultor, desgraciadamente.

Por otro lado y a la espera de que haya una vacuna, la asistencia a ferias internacionales, la promoción o la búsqueda de nuevos clientes prácticamente será nula. Podremos trabajar con los clientes que ya tenemos, pero salir al exterior a abrir mercados será muy complicado, mínimo hasta el próximo año

¿Y en materia de seguridad en la recogida de la aceituna?

Al tratarse de espacios abiertos no creo que tenga mucha incidencia, lógicamente habrá que garantizar cierto distanciamiento en las cuadrillas, y cuando no sea posible usar mascarillas, desinfectar el material, seguir las recomendaciones que vienen haciendo las autoridades sanitarias. No hay que olvidar que tenemos la responsabilidad, al ser un sector estratégico y de alimentación, de hacer llegar un producto seguro y con

garantías al consumidor a lo largo de todo el proceso de elaboración del aceite, desde la recogida hasta su envasado.