

Mueloliva pondrá "una pica" en África tras liderar las ventas de aceite en China

Noticias

Tras experimentar incrementos de ventas "de doble dígito" en los últimos cinco años, ha llegado la fase de "estabilización".

Mueloliva quiere "poner una pica" en Africa en su apuesta por la internacionalización que ha llevado a su aceite de oliva de Priego de Córdoba a 51 países y a liderar ventas en China, donde operan desde hace 10 años y tienen el 15 % de la cuota de todo el envasado que importan.

Así lo ha explicado el director comercial de Mueloliva, Rafael Muela, miembro de la tercera generación familiar que dirige esta firma fundada en 1942, quien puntualiza que actualmente exportan el 45 % de su aceite envasado por valor de entre 9 y 10 millones de euros.

No obstante, trabajan para superar el 50 % porque la internacionalización es "un chaleco salvavidas" frente a la crisis.

Tras experimentar incrementos de ventas "de doble dígito" en los últimos cinco años, reconoce que ha llegado la fase de "estabilización", de consolidar los actuales mercados pero también de realizar prospecciones en otros.

Tras 20 años exportando a EE.UU, Canadá, Latinoamérica, Unión Europea (UE) o Golfo Pérsico, apuestan por el sudeste asiático, no sólo por Japón o China, sino también por otros menos explotados por el sector como Vietnam o Tailandia.

Según ha indicado, trabajan para entrar en África con el objetivo de desarrollar después esos mercados para el aceite, un objetivo que en todo caso será "a largo plazo".

Ha apuntado que el futuro del sector oleícola español pasa por la exportación, porque en España "hay poco margen de maniobra" para las marcas y es "agresivo en precios", con una alta penetración de las enseñas de distribuidor, más del 75 % de cuota en alguna categoría.

El reto principal -ha señalado-, es que países asiáticos como China, donde el aceite de oliva se ha convertido ahora "en una moda" den un paso más y lo incorporen a su cultura gastronómica, que forme parte de su dieta, sin olvidar que todavía quedan en España algunos nichos de mercado por explorar, sobre todo con productos de alta calidad pero a precios asequibles para las familias.

Ha recordado que Mueloliva tiene una pequeña presencia nacional a través de una gran compañía de distribución que no quieren descuidar, aunque su peso específico sigue estando en Andalucía.

Deben crecer, por tanto, las ventas exteriores para contrarrestar "la penuria" del olivar actual por la poca rentabilidad.

Ha reiterado que España sí tiene un problema de "sobreproducción" y "no de desequilibrio" entre oferta y demanda "como algunos quieren llamarle", especialmente desde la administración andaluza, para dar salida a los excedentes.

La andaluza Mueloliva cuenta con tres centros de producción -almazaras en Algarinejo (Granada) y Priego de Córdoba y una envasadora en esta última localidad de la Subbética".

En 2011, el grupo logró una facturación de 45 millones de euros, cifra que confían en mantener este año, aunque si los precios del aceite repuntan podrían aumentar sus cifras.

Muela participó en un encuentro con medios de comunicación en Madrid donde presentó un estudio sobre el conocimiento del aceite de oliva en España utilizando Internet como fuente de información.

Redacción