

La campaña oleícola más complicada de los últimos años llega a su ecuador

Una producción de menos de 820.000 t de aceite de oliva, elevó los precios en origen en los meses iniciales

Cuando estamos en el ecuador de la campaña oleícola 2005/06, la situación comercial parece haber entrado en una fase de cierta calma, si se compara con la complejidad del mercado en los primeros meses de la misma. Todos los agentes del sector, productores e industriales, aunque por diferentes motivos, coincidieron en que había suficiente disponibilidad de aceite de oliva, ante unas existencias de enlace entre campañas de 230.000 t y una producción interna superior a las 800.000 t, pero el mercado ha vivido en permanente tensión durante estos meses.

Alfredo López.
Redacción VR.

La producción de aceite de oliva de la campaña 2005/06 ha tocado prácticamente a su fin en este mes de mayo, con una previsión que va de las 815.000 a las 820.000 toneladas, teniendo en cuenta que los últimos datos de la Agencia para el Aceite de Oliva (AAO) a 31 de marzo eran de 811.300 t (17% menos que la 2004/05 y un 30% inferior a la media de las últimas cuatro campañas), fruto de la molturación hasta entonces de 3.570.381 t de aceituna, con un rendimiento medio graso del 22,72%.

Las fuertes heladas de los primeros meses de 2005 en las principales zonas productoras y la sequía de toda la primavera-verano de ese mismo año han afectado, sin duda, al volumen de cosecha, que se sitúa en la parte media baja del ciclo algo inferior a las 858.000 t logradas en la campaña 2002/03.

Oficialmente, la campaña con la nueva OCM, que ha entrado en vigor en este mismo año, se acaba el próximo 30 de junio, aunque será bastante complicado abstra-



erse a los efectos de una comercialización del producto, que llega hasta el 30 de octubre y que tiene otro par de meses más como de enlace entre cosechas.

Por lo tanto, estaríamos ahora mismo hablando del ecuador de la campaña de comercialización, que va de noviembre a abril, seis meses, en los que los precios han recorrido un camino de ida y vuelta, superando en origen los 4 euros/kilo en los meses iniciales de la misma y tomando una senda descendente desde el pasado mes, que les ha llevado a cotizar como referencia en medias de 3,4 euros kilo para el aceite de oliva virgen de 0,8 a 2º y a 3,3 euros/kg para el aceite de oliva lampante para refinar de más de 2º de acidez, según datos de coyuntura del MAPA de finales de abril.

Con todo y a pesar de su fortaleza, los precios del mercado

CUADRO I.

EVOLUCIÓN DE PRODUCCIÓN Y MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA ACUMULADO DE NOVIEMBRE/MARZO DE 2001/02-2005/06

	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	(%) 05/04
Producción	1.378,4	852,8	1.398,2	982,6	811,3	-17,4
- Importación	7,3	16,0	22,9	44,3	49,0	+10,6
- Exportación	249,9	224,4	292,0	224,7	139,4	-38,0
- Mercado interior	275,7	244,7	308,0	284,6	210,4	-26,1
Mercado total	525,6	469,1	600,0	509,3	349,8	-31,3
Existencias totales	992,7	724,1	916,8	832,9	740,3	-11,1
- Almazaras y PCO	868,0	561,2	761,0	649,5	567,9	-12,6
- Envasadoras	124,7	162,9	155,8	183,4	172,4	-6,0

Fuente: AAO. Cifras en miles de toneladas.

español de aceite de oliva fueron en origen los más bajos de los principales países productores de la UE. En marzo pasado, por ejemplo, el aceite de Jaén se pagaba a una media de 3,83 euros/kg, mientras que en los mercados representativos de Bari (Italia) y Creta (Grecia) se llegaron a alcanzar los 4,2 euros/kilo.

Las importaciones de aceite de oliva, con datos provisionales de los meses de febrero y marzo, se elevaban a casi 50.000 t, con un incremento del 11% respecto a la campaña 2004/05 y del 117% en relación a la media de las cuatro últimas campañas, alcanzándose el máximo valor de los últimos cinco años.

Cabe destacar que de ese volumen importado y de noviembre a enero, casi 12.000 t corresponden a Italia, otros 4.300 t a otros países comunitarios, principalmente Portugal, y las 23.000 t restantes a importaciones de países terceros.

Es casi seguro que en la vigente campaña, las compras al exterior por parte de los operadores españoles marquen un récord y, según fuentes del sector, no sería de extrañar que superasen al final del periodo actual (31 de octubre) las 100.000 toneladas.

El deseo de las empresas envasadoras y exportadoras españolas de aceite de oliva de que la Comisión Europea abriese en los primeros meses de este año un contingente libre de derechos de aduana de 200.000 t para atender a la demanda y enfriar los precios internos, no tuvo debido cumplimiento por parte de Bruselas, que se encontró con una clara oposición del sector y de los Estados miembros productores (pese a que, en un momento dado, el MAPA pareció defender la apertura de un contingente importador de 80.000 t de aceite de oliva de países terceros).

En lo que todo el mundo coincidió, aunque para dar luego una interpretación distinta, es que el mercado contaba con suficientes disponibilidades de aceite de oliva superiores al millón de tonela-

das, al añadir a la producción prevista un remanente de la campaña anterior de 230.000 t, como para que no hubiese ningún problema por el lado de la oferta.

Lo que sí ha permitido Bruselas es dar libertad a Túnez para que utilice su cupo de exportación de 56.700 t, abierto desde el 1 de mayo hasta el 31 de octubre, hacia el mercado comunitario, sin la limitación de venta de 10.000 t de máximo mensual.

Con esta mayor flexibilidad, Túnez, que ha exportado ya a la UE unas 7.000 t, puede repartir como desee sus envíos entre esos meses, pero sin pasarse del contingente global, atendiendo sin problemas a la demanda comunitaria.

Menor comercialización

La comercialización total de aceite de oliva hasta primeros de

En concreto, las ventas acumuladas en el exterior ascendieron de manera provisional a 139.400 t, con datos provisionales de febrero y marzo, con una rebaja respecto a la campaña anterior del 38% y de un 44% respecto a la media de las cuatro últimas campañas.

De ese volumen y de noviembre a enero pasados, casi 22.000 t se destinaron a Italia y algo más de 40.000 t a otros países de la UE, mientras que 22.700 t restantes se habrían exportado a países terceros.

Aunque los datos reflejan una menor

hasta ahora, como otros años, debido a que han preferido esperar a comprar a precios mucho más bajos, en función de las perspectivas de la próxima cosecha.

La demanda interior también experimentaba hasta finales de marzo pasado una contracción del 26% respecto a la campaña 2004/05 y del 24% sobre la media de las últimas campañas, hasta alcanzar las 210.400 t acumuladas.

Tanto la menor oferta disponible, como los altos precios de los últimos meses serían la causa principal de esta caída, aunque la AAO estima que marzo podría haber marcado también un punto de inflexión, a partir del cual comenzaría a recuperarse la misma.

A pesar de que el aceite de oliva ha subido su precio al consumidor un 44% en el último año (datos del Ministerio de Industria, de abril de 2005 a abril de 2006), hasta superar los 5 euros/litro, el consumo interno, que ya creció el pasado año en los aceites de oliva vírgenes, manteniéndose en los normales, no parece haberse visto afectado negativamente.

De acuerdo a los datos del Panel de Consumo Alimentario del MAPA, en los dos primeros meses de 2006, se habían consumido 73,36 millones de litros (+4,8%) de aceite de oliva en el ámbito del hogar, por valor de 288,21 millones de euros, casi un 50% más que un año antes, a causa precisamente del alza importante del precio unitario medio. ■



CUADRO II.

BALANCE PROVISIONAL (NOVIEMBRE/05/MARZO/06) DE ACEITE DE OLIVA. CAMPAÑA 2005/06

	Marzo/2006
Existencias Iniciales (01/11/05)	229,8
Producción aceite	768,8
Importaciones	41,0
Disponibilidades internas	1.039,6
a) Mercado interior aparente	163,9
- Anierac	109,6
- Otras salidas y pérdidas	54,3
b) Exportaciones	111,4
- Asoliva	76,0
- Otros	35,4
c) Total salidas mercado	275,3
Existencias finales (31/03/06)	764,3
- Almazaras y otras adquiridas	570,5
- Patrimonio Comunal Olivarero	20,8
- Envasadoras y otros operadores	173,0

Fuente: AAO. En miles de toneladas.

abril alcanzaba las 349.800 t, un 31% menos con respecto al récord de la campaña anterior y un 34% por debajo de la media de las cuatro últimas campañas, siendo el valor más bajo de los últimos cinco años, según la AAO, influida en especial por el descenso importante de las exportaciones.

actividad exportadora, la AAO apuntaba ya una ligera recuperación en marzo pasado, que podría consolidarse en los meses que restan de campaña, dado que, según el propio sector, al final los envasadores foráneos, sobre todo italianos, tendrán que venir a nuestro país a comprar aceite, algo que quizás no han hecho