

# La campaña oleícola 2006/07 regresa a la normalidad en producción y comercio

La campaña anterior se cerró con 210.100 t de existencias finales y con precios a la baja en origen y en destino

Cuando aún no se han acabado los ecos de la conflictiva campaña 2005/06, el sector oleícola español se enfrenta ya a la siguiente, con unas perspectivas de producción de aceite de oliva, que rondarán los 1,1-1,2 millones de toneladas, un 33% más, pero dentro de la media de los últimos años.

Mientras que se incrementarán apreciablemente las cosechas de aceituna de almazara en relación a la campaña anterior de las CC.AA. productoras de Andalucía, donde la previsión se acerca a las 900.000 t de aceite (+46,4%) y de Extremadura, con 55.000 t (+26,3%), en el resto la situación será bastante más irregular, con descensos claros en las recogidas.

Por lo tanto, se prevé una situación mucho más estable de precios en origen y de mercado que, según el sector, podrían situarse en una media de 2,3-2,4 euros/kilo.

La campaña 2005/06 se cerró con una producción nacional de apenas 827.300 t de aceite de oliva, con un descenso del 16% en relación a la campaña anterior y un 29% por debajo de la media de las últimas cuatro.

Según los datos de la Agencia del Aceite de Oliva (AAO), este volumen fue resultado de la molturación de 3.629.737 t de aceituna, con un rendimiento medio graso del 22,8%.

Las importaciones, aún con datos provisionales, podrían haber cerrado la campaña con 89.500 t (79.747 t hasta septiembre, según datos de la D.G. de Aduanas, de las que 32.814 t proceden de países comunitarios y 46.619 t de países terceros), con un alza del 12% sobre la anterior y del 87% sobre las cua-

ORIGEN Y DESTINO DE LOS RECURSOS DEL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA. CAMPAÑA 2005/06			
I.Origen	Oct. 2005	Oct. 2006	(%) 06/05
<b>Existencias iniciales (01/11)</b>	<b>315,3</b>	<b>229,8</b>	<b>-27,1</b>
- En almazaras y FPCO	-	110,0	-
- En envas/refin/operad/	-	119,8	-
Producción	989,8	827,3	-16,4
Importaciones	79,8	89,5	+12,2
<b>Total</b>	<b>1.384,6</b>	<b>1.146,6</b>	<b>-17,2</b>
<b>II. Destino</b>			
Mercado interior aparente	615,8	484,3	-21,4
Exportaciones	545,5	452,2	-17,1
<b>Total Salidas</b>	<b>1.161,3</b>	<b>936,5</b>	<b>-19,4</b>
Existencias finales (31/10)	223,6	210,1	-6,0
- En almazaras y FPCO	-	130,6	-
- En envas/refin/operad/	-	79,5	-
<b>Total</b>	<b>1.384,6</b>	<b>1.146,6</b>	<b>-17,2</b>

Fuente: AAO. Datos provisionales. En miles de toneladas.

BALANCE DE MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA		
	2005/06 (1) Prov.	2006/07 (2) Estim.
Existencias iniciales	223,6	286,7
Producción	825,0	1.095,6
Importaciones	91,0	80,0
Consumo	539,0	630,0
Exportaciones	400,0	475,0
Existencias finales	200,0	357,3

Fuente: MAPA.  
(1) Comienzo de campaña: 1 de noviembre. (2) Comienzo de campaña: 1 de octubre.

tro últimas campañas.

En cuanto a la comercialización total (mercado interior aparente, más exportaciones), las salidas habrían alcanzado la cifra provisional de 936.500 t, un 19% menos que en 2004/05 y un 22% por debajo de la media de las últimas campañas.

## Valor añadido exterior

En relación a las exportaciones, éstas podrían haber alcanzado las 452.000 t de noviembre de 2005 a octubre de 2006 (hasta septiembre, según la DG de Aduanas, se elevaban a 407.115 t de las que 318.035 t

se destinaron a otros países comunitarios y 89.080 t a países terceros).

Estas ventas al exterior fueron inferiores en un 17% en relación a la campaña precedente y estuvieron, según la AAO, por debajo de la media de las cuatro últimas campañas.

Este descenso, sin embargo, no oculta un comportamiento muy favorable de la exportación de aceites de oliva envasados (inferiores a 5 litros), los de mayor precio y valor añadido, como ha destacado Asoliva, con un alza del 32,6% hasta el mes de agosto y 93.759 toneladas (41.585 t y un alza del 133% ha-

cia países comunitarios).

Al mercado interior aparente, se destinaron en la campaña anterior unas 484.300 t, cifra que supone un 21% menos de ventas en relación a la precedente y a la media de las cuatro últimas campañas.

Sin duda, en las salidas comerciales al exterior incidió el aumento de los precios unitarios de venta, debido a la menor producción interna de aceite de oliva, sobre todo en los meses iniciales de campaña (entre noviembre y marzo).

No obstante, a partir de los 4,4 euros/kg de media de precio del aceite de oliva en origen en febrero pasado, se produjo una caída paulatina hasta alcanzar los 2,5-2,6 euros/kg de media en octubre pasado.

Por el contrario, según datos de Comercio, el precio medio del aceite de oliva escaló hasta los 5-5,1 euros/kg en los meses de verano, para iniciar una senda ligeramente bajista, hasta los 4,50 euros/kg en octubre, con lo que la brecha entre origen y destino se incrementó muy considerablemente.

La previsión es que durante la actual campaña, esta brecha se reduzca y se produzca una situación de mayor equilibrio, con unos precios en origen ligeramente inferiores y unos precios de venta apreciablemente más bajos, con el fin de recuperar consumo y exportaciones.

La campaña, por tanto, acabó, según la AAO, con unas existencias de 210.100 t, un 12% inferiores a la media de las últimas cuatro, de las cuales 130.600 t estaban en poder de almazaras y apenas 79.500 t en envasadoras, refinerías y otros operadores. ■ Alfredo López