La gestión de la campaña oleícola 2004/05 se complica

Sequía y heladas en las principales zonas productoras deja incógnitas sobre la evolución de la próxima campaña 2005/06.

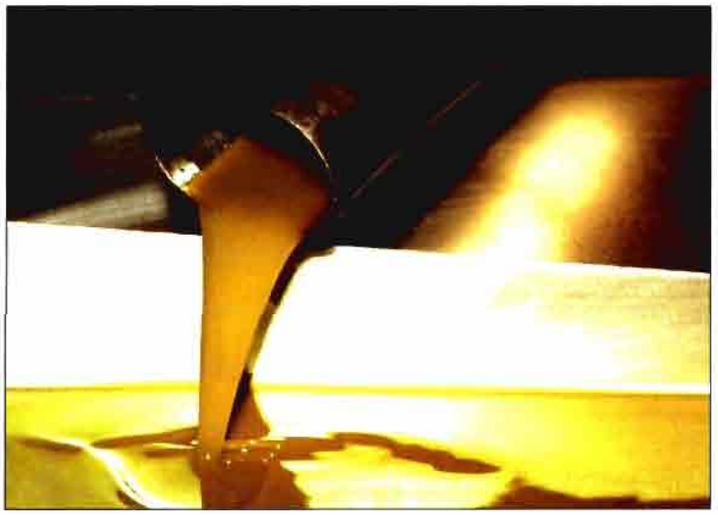
Tras los registros históricos en volumen y comercialización de aceite de oliva de la pasada campaña 2003/04, la presente se ha caracterizado en su primer trimestre por una gestión mucho más complicada de mercado, con unas buenas salidas de producto y una demanda que está dispuesta a pagar los precios más elevados de las últimas seis campañas, mientras mira de reojo a la campaña 2005/06 que viene.

Alfredo López.
Redacción/Vida Rural

La vigente campaña 2004/05 está siendo mucho más complicada en su gestión que la inmediatamente anterior, debido no sólo a una cosecha inferior en cerca de 500.000 t, sino sobre todo como consecuencia de las perspectivas inciertas que ha abierto la adversa climatología de este primer trimestre del año sobre la campaña de finales de este año.

Aunque la producción de la campaña actual será algo mayor que lo previsto inicialmente (ver **cuadro III**), según han coincidido MAPA y fuentes del sector oleícola, llegando a unas 925.000 t, lo que ha empezado a preocupar ya es lo que puede pasar en la inmediata,cuya cosecha de aceituna se empezará a recoger a partir del último trimestre del año.

A la sequía que se ha venido padeciendo en todos los meses de invierno, se unió a finales de febrero y principios de marzo una ola de frío y fuertes heladas en las principales zonas productoras andaluzas de Jaén, Córdoba, Sevilla, Málaga y Huelva, así como en menor medida en Extremadura, Murcia y Comunidad Valenciana.



En este sentido, tanto el MAPA y las CC.AA. afectadas como el propio sector oleícola se han impuesto un compás de espera de varias semanas para ver los efectos que sobre las plantaciones de olivos pueden tener esas fuertes heladas, aunque el susto ya está metido en el cuerpo y hay comentarios acerca de que la futura cosecha de 2005/06 podría no llegar ni al millón de toneladas.

Mientras tanto, el pasado 3 de marzo, MAPA y sector productor, cooperativo y transformador de aceite de oliva "acordaron" las cifras de un nuevo balance provisional de comercialización de la campaña 2004/05, una vez conocidas las cifras del primer trimestre de campaña.

Así, en las disponibilidades totales de mercado se contabiliza la suma de unas existencias iniciales de 315.300 t; una producción de aceite de 925.000 t, entre 50.000 y 75.000 t más que las previstas inicialmente, junto con unas importaciones que se elevan a nada menos que 90.000 t, de las que 30.000 procederían de países de la Unión Europea, principalmente de Por-

CUADRO I.

EVOLUCIÓN DE LAS ÚLTIMAS CAMPAÑAS DE ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA

CAMPAÑAS	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	MEDIA 1996/97-2003/04
Existencias iniciales	182.800	132.600	324.400	95.700	200.763
Producción	973.700	1.413.300	861.100	1.416.600	1.020.863
Importaciones	23.100	10.100	39.100	61.900	42.475
Total disponibilidades	1.179.600	1.556.000	1.224.600	1.574.200	1.264.100
Consumo interno	563.000	631.100	591.300	625.900	561.375
Exportaciones	484.000	600.500	537.600	633.000	467.350
Total salidas	1.047.000	1.231.600	1.128.900	1.258.900	1.028.725
Existencias finales	132.600	324.400	95.700	315.300	235.375
Salida media mensual	87.250	102.633	94.075	104.908	85.727

Fuente: AAO.

CUADRO II.

BALANCE CAMPAÑA 2003/04 Y 1º TRIMESTRE 2004/05 DE ACEITE DE OLIVA

	Campaña 03/04	1º Trim. 04/05
Existencias iniciales	**95,7**	**525,1**
Producción aceite*	1.416.6	798.4
Importaciones*	61.9	16,4
Disponibilidades internas	**1.574,2**	**1.339,9**
a) Mercado interior aparente	**625,9**	**165,3**
- Envasadores Anierac*	352,1	87,7
- Otras ventas y pérdidas*	278,6	77,6
b) Exportaciones	**633,0**	**132,2**
- Asoliva*	250,3	58,8
- Otros operadores*	381,8	73,4
c) Total salidas mercado	**1.258,9**	**297,5**
Existencias finales	**315,3**	**832,6**
- Almazaras	220.0	664,8
- Patrimonio Comunal Olivarero		31,0
- Envasadoras y otros operadores	95,3	136,8

Fuente: AAO. En miles de toneladas. * Las cifras desagregadas son provisionales.

tugal, y otras 60.000 t de países terceros, sobre todo de Túnez y, en menor cuantía de Marruecos, Turquía y Siria.

El resultado son unas cantidades disponibles para comercialización de 1.330.300 t, una cifra apreciablemente inferior a la de la propia producción oleícola de la campaña pasada 2003/04.

De este volumen total, unas 600.000 t irían a atender el consumo interno, una cantidad inferior a la de la pasada campaña (625.900 t), debido a que el sector espera una ralentización de la demanda, ante unos precios de venta en destino, que han empezado a subir apreciablemente en las últimas semanas.

Exportaciones a la baja

A atender el mercado exterior se prevé que vayan unas 450.000 t, frente a las 633.000 t de la campaña 2003/04, de las cuales unas 350.000 t se destinarían a países de la Unión Europea, principalmente Italia, y otras 100.000 t, casi todo envasado, a terceros países.

Esta previsión de exportaciones de aceite de oliva es muy prudente, ya que supone casi un 30% menos que las de la pasada campaña y están incluso por debajo de la media de las campañas 1996/97 a 2003/04.

Las razones dadas es que Italia, nuestro principal cliente, necesitará menos aceite que en la campaña anterior, debido a su mayor cosecha interna en este año, y que, además, el alza de precios de venta en destino, como consecuencia de su subida en origen, incidirá también en que la demanda exterior pueda retraerse más de lo que sería de desear por el propio sector.

Desde el colectivo oleícola se apunta una tercera, que es que las salidas al mercado en los tres primeros meses de campaña (casi 300.000 t) podría estar anunciando tensiones de precios desde el lado de la oferta en origen, que podría "sufrir" en sus márgenes la demanda.

Con este balance, las existencias a finales de la campaña actual 2004/05 para enlace con la próxima quedarían en torno a las 280.300 t, un volumen suficiente como para que no hubiese problemas de oferta hasta la salida del aceite de nueva cosecha al mercado.

La producción mundial de aceite de oliva en la actual campaña se prevé también que disminuya en torno a unas 420-425.000 t en relación a la anterior 2003/04, situándose cerca de los 2,7 millones de toneladas,



con mayores producciones en Italia y Grecia que un año antes y un incremento del consumo de este producto.

Como hemos señalado, la incertidumbre que ahora existe sobre la futura cosecha de la campaña 2005/06 es la que ha venido tensionando los precios al alza durante el primer trimestre de campaña.

Esta ha sido la constante desde que se inició la campaña el pasado 1 de noviembre. Las cotizaciones del aceite lampante para refinado han crecido, según los datos del MAPA, a una media del 18% desde octubre de 2004, pasando para el producto de más de 2º de acidez de 217,81 euros/100 kg sobre almazara a los 258,54 euros/100 kg en la primera quincena de febrero.

En aceite de oliva virgen también se ha registrado un incremento porcentual similar, pasando de 222,97 euros/100 kg de media al inicio de campaña a los 263,92 euros/100 kg de mitad de febrero pasado.

A finales del mes anterior, la subida rondaba ya el 20% en origen, un nivel que ha llevado a la primera firma del sector aceitero en España, Grupo SOS (Koipe-Carbonell) a comunicar el pasado 1 de marzo una subida de sus precios a la distribución comercial de un 8%, con posibilidad de su repercusión al precio de venta al consumo.

Esta subida de precios, según fuentes del Grupo SOS es la *respuesta a las alzas en origen* del 20% en los cuatro meses de campaña 2004/05, desde los 2,22 euros/litro de los aceites virgenes, a los 2,67 euros/litro del pasado 28 de febrero, y al incremento del 8% desde primeros de año, desde los 2,47 de enero a los 2,67 euros/litro citados.

El incremento de los precios en origen, que son superiores a los de las últimas seis campañas, se ha producido incluso con unas buenas cifras de salidas al mercado (297.500 t en los tres meses de campaña y 115.800 t sólo en enero), lo que da pie a pensar que los operadores no las tienen todas consigo de cara a la *campaña que viene.*

Cotizaciones firmes

Desde el sector se apunta que en los próximos meses las cotizaciones se mantendrán firmes, como lo indican las operaciones que vienen realizándose en el mercado de futuros del aceite de oliva y que, con vencimiento entre mayo de 2005 y enero de 2006, se han llevado a cabo a precios de entre 272 y 260 euros/100 kg para aceites base lampantes para refinado, lo que podría situar a los de calidad virgen y virgen extra por encima de las citadas cotizaciones.

Productores, cooperativas e industria transformadora y envasadora de aceite de oliva coinciden en señalar que lo mejor para el mercado es que haya un equilibrio estable de precios, que no comprometa el consumo interno o las exportaciones de este producto, tanto si se hayan en niveles muy bajos, lo que influiría en la caída de rentas de los oleicultores en origen, como si están en niveles altos, lo que llevaría a la demanda a orientarse a consumir otro tipo de aceites más baratos, como ha sucedido en alguna campaña pasada.

En este sentido, la actual OCM contempla algunas salvaguardas para el caso de que los precios en origen se disparen al alza ante la escasez de oferta. Así, se señala que si el precio de mercado en la UE supera de forma significativa los 2.846,4 euros/t para el virgen extra; los 2.736 euros/t para el virgen, y los 2.438,4 euros/t para el lampante de 2º de acidez durante un mínimo de tres meses, el Comité de Gestión de Materias Grasas de la CE podrá adoptar una serie de medidas con las que se pretendería supuestamente garantizar un abastecimiento adecuado del mercado comunitario con aceite de oliva importado de países terceros.

Entre estas medidas, que sólo se aplicarían durante el periodo estrictamente necesario y no más allá del final de la campaña de comercialización de que se trate, estarían suspender total o parcialmente la aplicación de los derechos del arancel aduanero común al aceite de oliva (libre mercado) y abrir un contingente de importación de este producto con un tipo de derecho reducido.

Existen muchas dudas acerca de la eficacia real de esas medidas para cumplir con el objetivo de estabilizar los precios internos del aceite de oliva. ■

CUADRO III.

BALANCE PROVISIONAL DE MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA. CAMPAÑA 2004/05

ACEITE DE OLIVA	TONELADAS
Stocks inicio de campaña	315.300
Producción Total	925.000
Importación	90.000
- Desde la UE	30.000
- Desde países terceros	60.000
Disponibilidades totales	1.330.300
Consumo interno	600.000
Exportación	450.000
- Hacia otros UE	350.000
- Hacia países terceros	100.000
Salidas totales	1.050.000
Stocks final de campaña	280.300

Fuente: MAPA y sector.

CUADRO IV.

BALANCE CAMPAÑA DE ACEITE DE OLIVA. 1º TRIMESTRE (NOV-ENERO) CAMPAÑA 2004/05

C. Autónoma	Nº almazaras autorizadas	Existencias iniciales	Producción	Salidas	Existencias finales
Andalucía	835	183.238,8	658.824,3	280.262,8	561.800,2
Aragón	106	835,7	7.248,9	3.744,7	4.339,9
Baleares	5	12,6	238,5	115,3	135,8
C. Valenciana	144	1.260,7	12.150,7	5.691,6	7.719,9
C.- La Mancha	240	11.407,0	43.550,5	11.030,6	43.926,9
C. y León	21	50,4	738,1	198,3	590,2
Cataluña	213	1.018,7	23.509,6	13.690,6	10.387,7
Extremadura	118	3.615,6	43.826,7	24.936,8	22.505,6
La Rioja	15	139,0	456,0	156,3	438,8
Madrid	20	721,8	1.567,8	299,1	1.990,4
Murcia	37	454,8	3.883,3	2.125,0	2.213,2
Navarra	13	144,6	2.310,5	372,1	2.083,0
País Vasco	4	0	64,2	36m,5	27,7
Total Nacional	***1.771***	***202.899,6***	***798.369,2***	***342.659,6***	***658.609,1***

Fuente: AAO. A 22 de febrero de 2005. Datos en toneladas.