

La cosecha de aceite de oliva ronda los 1,23 millones de toneladas y las cotizaciones vuelven a situarse por encima de los 3 euros el kilo



Por Juan Herrera

La campaña 2017-2018 de aceite de oliva se inició en el mes de octubre con una tónica común: todos los aforos coincidían en que la producción seguiría la senda de un año antes, y continuaría descendiendo. Y así ha sido, aunque hay que reconocer que no en los términos previstos, que hablaban entonces de descensos medios de hasta el 15 y el 20%. Finalmente, según los últimos datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), dependiente del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, este ejercicio se han alcanzado los 1,23 millones de toneladas, un 4% menos que la campaña precedente.

La falta de lluvias que acumulaba el campo al inicio de la temporada oleícola ponía en riesgo la viabilidad de la campaña y puso en alerta al mercado ante un más que posible descalabro de la cosecha. Ello, junto a una menor disponibilidad en los mercados internacionales, hizo que los precios se dispararan.

Altibajos en los precios

Sin embargo, las lluvias generalizadas durante semanas desde el mes de febrero cambio el escenario. Las previsiones de producción aumentaron en relación a las primeras estimaciones y los precios retrocedieron hasta niveles de 2016, con cotizaciones en origen muy por debajo de los 3 euros el kilo, según el Sistema de Información de Precios en Origen del Aceite de Oliva, PoolRed.

No en vano, los precios en origen del aceite de oliva virgen extra y de los refinados acumulaban a finales de marzo una depreciación del 19% respecto al mismo periodo del año anterior. Estos descensos se materializan en menos ingresos para los productores, agricultores y cooperativas —que habían experimentado un 2016 y un 2017 rentables— y un alivio para los envasadores, que podían acceder a materia prima más barata.

Sin embargo, en las últimas semanas todo ha vuelto a estabilizarse, y desde mediados de abril se ha roto la tendencia de descensos continuados experimentada en los últimos meses, volviendo a la senda de campañas atrás.

Comercialización

Tal y como apuntan en fuentes industriales y del comercio exterior, consultadas por Efeagro, el consumo mundial y nacional de aceite de oliva se ha venido resintiendo debido al incremento de los precios de la materia prima que las empresas tuvieron que repercutir a los consumidores.

De hecho, el auge comercializador de nuestro país en los últimos tiempos, se ha visto frenado en seco en la actual campaña . De esta manera, según los últimos datos de mercado del aceite de oliva, de finales de abril, en la 2017-2018 se han comercializado un total de 632.500 toneladas, inferior en un 14% a la media de las últimas cuatro temporadas y en un 18% a la pasada.

Así, las exportaciones, principal vía de escape en los últimos años ante el estancamiento del consumo interno no está respondiendo, y se sitúan un 22% por debajo en relación al año pasado, con 392.900 toneladas, mientras que el mercado interior mantiene su tendencia negativa y pierde una décima parte de las ventas registradas, con 239.600 toneladas.

Ello sitúa la comercialización total en 632.500 toneladas, dejando las existencias en algo menos del millón de toneladas.

En el caso de la aceituna de mesa, la comercialización total está situada hasta el momento en 288.080 toneladas, ligeramente superior respecto a la campaña pasada, y la producción ha alcanzado las 562.810 toneladas, lo que supone un descenso del 6% respecto al anterior ejercicio.