

El comercio del aceite se anima en un fin de campaña al que llega Cecasa



Noticias

Cecasa entra en un mercado que le fue vetado en 2000, cuando nació con el propósito de comprar aceite en época de crisis para su almacenamiento y se topó con Competencia

La comercialización del aceite de oliva comienza a animarse a un mes y medio de que finalice la campaña 2012/2013, unas operaciones en las que ya ha entrado en escena la **Compañía Española de Comercialización de Aceite (Cecasa)**.

Según cifras de **Jaencoop**, en julio se hicieron transacciones con 114.000 toneladas de aceite, cuando la media mensual en esta campaña ha sido de 88.000 toneladas, y sus cooperativistas prevén que en estas próximas semanas las operaciones sigan animadas.

Por su parte, los industriales y fabricantes de **Infaoлива** hablan de una paralización del mercado oleícola en estos últimos días, pero también de una "tensa espera" ante la previsibilidad de que las operaciones se reactiven con cierta intensidad en cuestión de días.

El protagonismo, no obstante, se lo lleva esta semana Cecasa, que entra en un mercado que le fue vetado en 2000, cuando nació con el propósito de comprar aceite en época de crisis para su almacenamiento y se topó con Competencia. Tras salvar las dificultades jurídicas -finalmente el Tribunal Supremo le dio la razón en dicho contencioso- su junta de accionistas decidió reactivar la compañía y ahora, lista para operar, no se ha tomado vacaciones y ha irrumpido esta semana con el anuncio de que ya está efectuando sus primeras operaciones y los primeros contratos de compra de aceite de oliva. La llegada de Cecasa apunta a una posición más fuerte de almazaras y cooperativas, y trabaja en la línea dibujada por la Ley de cooperativas aprobada en julio en el Congreso.

Por otra parte, y conforme pasan las jornadas, parece que se despejan las incertidumbres sobre los precios en este final de campaña: las retribuciones que los productores reciban, con toda probabilidad, se verán incrementadas en la recta final debido a la mayor presión de la demanda sobre una producción que ha sido escasa.

Según ha apuntado Infaoлива esta semana, la media de los precios de venta del aceite de oliva en origen se sitúa en los 2,40 euros el kilo, una tasa que los industriales estiman baja para una campaña con sólo 614.000 toneladas de producción pero con un enlace (stock) de 700.000 toneladas de la anterior. Mientras se resuelve esta "tensa espera", los precios mantienen sus índices una semana más.

En cuanto a los últimos datos de la evolución del mercado, el **Sistema de Información de Precios en Origen (POOLred)** recoge compraventas de 1.201 toneladas en el período comprendido entre el 10 y el 16 de agosto, lo que supone un fuerte retroceso del 38,53 % de los volúmenes respecto a la semana anterior.

La misma fuente precisa que los precios repuntan ligeramente unas décimas en la última semana para el virgen extra (2,66 euros/kg), disminuyen mínimamente para el los vírgenes (2,42 euros/kg), mientras que se mantienen para los lampantes, que se quedan en los 2,28 euros/kg.

Del 8 al 14 de agosto, el **Mercado de Futuros del Aceite de Oliva (MFAO)** registró un total de 3.097 toneladas de aceite de oliva, con operaciones en todos los vencimientos.

El mes en el que se han registrado más operaciones ha sido noviembre de 2013, con 939 toneladas; y los precios han aumentado notablemente en todos los vencimientos con respecto al primer día de la semana.

En definitiva, el mercado goza de una reactivación que es directamente proporcional al final de la campaña oleícola.

Redacción