

La recuperación del consumo de aceite alenta a un sector agradecido por la norma de los envases rellenables



Noticias

Algunos datos parecen apuntar una recuperación del consumo en septiembre para el aceite de oliva

La [nueva norma entrará en vigor el 1 de enero de 2014 \[1\]](#), si bien los aceites de oliva y los de orujo de oliva adquiridos por el sector de la hostelería, restauración y catering antes de esa fecha, podrán seguir ofreciéndose hasta el 28 de febrero del próximo año.

La medida viene a satisfacer una ansiada reivindicación del sector oleícola en su objetivo de mejorar la imagen y trazabilidad del producto y garantizar los derechos del consumidor, aunque desde el de la restauración advierten del impacto medioambiental -se utilizarían más envases- y de que aumentará el desperdicio. El posible impacto económico de la medida es difícil de medir, y aunque las asociaciones de restauración lo temen, el sector primario, industriales y envasadores lo niegan con contundencia.

En el caso de que un empresario se decida a cambiar una garrafa de 5 litros -con las que hasta ahora rellenaba sus aceiteras- por una nueva botella irrellenable de medio litro en vidrio, el sobrecoste sería "de tres o cuatro céntimos", según Anierac, y eso en el caso de un desayuno de 2 euros -con tostada de aceite de oliva- y el doble para una ensalada aliñada, "si es que se produce". El Real Decreto no impone un tipo de monodosis, sino que les deja opción de formatos, lo que limitará su impacto económico, insisten.

Los productores reconocen el compromiso del Ejecutivo con la medida -más aún después de que una iniciativa similar a nivel de la Unión Europea fuera tumbada por presiones de países como Reino Unido-; una prohibición, con la que España sigue la estela de Portugal o Italia, que ya prohibieron hace mucho los envases rellenables. Más allá de un cambio "cosmético", la prohibición podría contribuir, y de qué manera, a revalorizar un sector con problemas.

Con 1.750 almazaras y 385.000 explotaciones, factura cada año 3.000 millones, pero adolece de poca rentabilidad, en parte por el "boom" de la marca blanca que "devora" el 70-80 % del mercado.

El margen de beneficio que tienen que repartirse productores, envasadores y distribución es el 0,5 % del precio de venta del aceite de oliva refinado y del 2,5 % en el caso del virgen extra.

De momento, algunos datos parecen apuntar **una recuperación del consumo** en septiembre para el aceite de oliva, aunque quien acumula los mayores crecimientos sigue siendo su competidor, el girasol.

El enlace para noviembre y diciembre se queda en apenas 171.000 toneladas, lo que constata la escasez de producto después de la campaña pasada marcada por la sequía, aunque las altas expectativas de producción mundial introducen nuevos factores de incertidumbre.

Más aún después de que el **Consejo Oleícola Internacional (COI)** haya elevado hasta 3,2 millones de toneladas su previsión de producción de aceite de oliva para esta campaña 2013-2014, unas 200.000 t más que en su anterior estimación, mientras el consumo será similar, con algo más de 3 millones de toneladas. Para España, proyecta más de 1,5 millones de toneladas.

La búsqueda de nuevos consumidores son cruciales para sortear la crisis y las posibilidades son grandes en destinos como Asia. En China, las ventas del virgen español, según la Oficina Económica y Comercial en Shanghai, han seguido aumentando un 20 % interanual entre enero y septiembre, hasta 61 millones de euros.

De vuelta en nuestro país, los precios se esfuerzan por mantenerse e incluso no son descartables inminentes subidas por los bajos stocks actuales, si hubiese alguna catástrofe climática, algo improbable, podría incluso haber problemas de suministro.

Infaoлива informó de valores de 2,25 euros/kg para el virgen extra picual; 2,10 para el virgen y 2,04 para el lampante.

El **Sistema de Información de Precios en Origen (POOLred)** recoge del 8 al 14 de noviembre transacciones entre almazaras y entidades comercializadoras por 4.044 toneladas, un 46 % menos que una semana antes, con subidas del 1,51 % para el virgen, hasta 2,14 euros/kg. En cambio, cayeron los vírgenes extra (-3,41 %, hasta 2,29 euros/kg) y los lampantes (-0,92 %, hasta 2,03 euros/kg).

El **Magrama** constata -del 4 al 10 de noviembre- un ligero repunte del virgen del 0,04 %, hasta 217,32 euros/100 kg; y del 1,16 para los lampantes, hasta 202,81, mientras que se deprecian el aceite de orujo crudo y el de girasol refinado en un 4,61 y 0,04 %, hasta 101,55 y 83,11 euros/100 kg, respectivamente.

Del 7 al 13 de noviembre de 2013 se han negociado en el Mercado de Futuros 1.616 contratos distribuidos entre todos los vencimientos abiertos a negociación, si bien los meses más activos son noviembre de 2013 y marzo de 2014, con 921 y 220 toneladas, respectivamente.

Los precios van de los 1.790 de marzo de 2014 hasta los 2.050 euros por tonelada para noviembre de 2013, lo que muestra un punto de inflexión al alza respecto a la semana anterior, cuando apenas se operaron 438 toneladas, entre 1.780 y 2.000 euros/tonelada.

Redacción

Enlaces:

[1] <http://www.besana.es/es/web/normativas/201311/medidas-comercializacion-aceites-oliva-horeca>