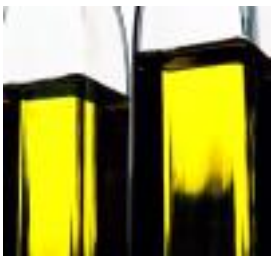
La presente campaña oleícola, considerada la mayor de la historia en España



Noticias
Een estos cinco primeros meses de la campaña (desde octubre de 2013 hasta febrero de 2014) la producción de aceite de oliva está próxima al 1.542.000 toneladas

A falta de los datos definitivos de la recién finalizada recolección de la aceituna, la presente campaña oleícola 2013/2014 pasará a los anales de la historia como la de **mayor producción de aceite de oliva de todos los tiempos en España, al superar el 1,7 millón de toneladas.**

Hasta que no se conozcan de forma oficial en los próximos días los datos de marzo, en estos cinco primeros meses de la campaña (desde octubre de 2013 hasta febrero de 2014) la producción de aceite de oliva está **próxima al 1.542.000 toneladas,** según el balance de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), que ha sustituido este año a la Agencia para el Aceite de oliva.

Este dato de producción supone un 158 por ciento más respecto a la atípica y muy corta cosecha anterior, una de las peores de los últimos veinte años, en la que sólo se obtuvieron 618.000 toneladas de aceite de oliva frente a la campaña 2011/2012, en la que se batieron todos los registros productivos con 1.615.000 toneladas después de dos campañas anteriores de 1,4 millones de toneladas de media.

Pese a lo histórico de los datos que se pueden conseguir en España, la **disponibilidad de aceite en el mercado es ligeramente superior a la campaña precedente**, pues el extraordinario incremento de producción que se ha producido en España contrasta con el notable descenso experimentado en el resto de países productores del arco mediterráneo.

Así las cosas, la producción mundial de aceite de oliva superará en esta campaña los tres millones de toneladas, con lo que el reto estará centrado en los próximos meses en comercializar este gran volumen de aceite de oliva y hacerlo a precios que satisfagan los intereses de los productores y consumidores, en un escenario en el que el precio medio en origen se sitúa por debajo de los dos euros en esta última semana.

De acuerdo con los datos de los cinco primeros meses de la campaña, la comercialización de aceite de oliva ascendió a casi 669.000 toneladas (255.400 toneladas para el mercado interior y 413.400 para las exportaciones), lo que representa un 42 por ciento más que en la anterior y un 26 más que la media de las últimas cuatro campañas, con una media mensual de salidas de 134.000 toneladas.

En los cinco primeros meses de esta campaña, en la que las importaciones de aceite de oliva han superado las 29.000 toneladas, se han molturado casi ocho millones de toneladas de aceituna molturada, con un rendimiento medio del 20 por ciento.

A falta de conocer el dato de producción que refrendará un nuevo récord, el sector también confía en que se pueda superar este año la plusmarca de las exportaciones de la campaña 2011/2012, en la que se superaron las 875.000 toneladas de aceite de oliva.

La consejera de Agricultura y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Elena Víboras, ha calificado

esta campaña oleícola como "la mejor cosecha de la historia" en producción y "muy importante en términos de peonadas, con una media de más de setenta", y ha añadido que "a lo histórico de estos datos se suma "el beneficio" que tendrán las lluvias de las últimas semanas sobre la próxima cosecha.

Víboras ha defendido el "rigor y la profesionalidad" de los técnicos de la Consejería de Agricultura que realizaron las estimaciones de producción, cuyo avance del foro en el pasado octubre estimó más de 1,6 millones de toneladas de aceite de oliva en España, de las 1,3 se obtendrían en Andalucía y 715.000 en la provincia de Jaén, cifras que motivaron que parte del sector las viera con cautela al entender que podrían estar elaboradas al alza.

Superado el debate de las cifras, tanto la titular de la Consejería de Agricultura como el sector se centrarán ahora en los retos de futuro que tiene el aceite de oliva, que pasan por la concentración de la oferta, la defensa de "precios justos en origen", la mejora de la externalización y el incremento de las exportaciones, entre otros, para "ser líderes en producción y en comercialización".

Redacción