

El aceite de oliva apunta subidas en la recta final de la recolección



Noticias

POOLred recoge del 2 al 8 de enero 31 operaciones de compraventa entre almazaras y entidades comercializadoras

El mes de enero sienta bien a los aceites de oliva vírgenes y a los de inferior calidad, que se apuntan subidas en ambos casos durante la recta final de la campaña de recolección, unos trabajos que ya han acabado incluso en muchas fincas de Andalucía, la Comunidad Valenciana o Cataluña.

Según los datos de la patronal de almazaras industriales **Infaoliva**, los agentes comerciales salían ayer a comprar vírgenes extra (picuales) desde 2,884 euros por kilo; vírgenes desde 2,684 y aceites de oliva lampantes a partir de 2,544 euros por kilo.

Por su parte, **POOLred** apenas recoge, del 2 al 8 de enero, 31 operaciones de compraventa entre almazaras y entidades comercializadoras por algo más de 1.000 toneladas, lo que supone un fuerte correctivo del -74,30 % respecto a la semana anterior. Los vírgenes extra se dejaron un 1,53 %, hasta 3,15 euros/kg, y los lampantes, un -0,08 %, hasta 2,46 euros/kg; los vírgenes repuntaron un contundente 4,55 % respecto a la semana anterior, y se pagan a 2,75 euros/kg, según la misma fuente. También los aceites de calidad inferior se apuntan a las subidas, del 1,54 % en este caso, y se sitúan en los 2,17 euros/kg. En el último mes se han operado algo más de 20.700 toneladas, un 53,30 % menos que en el anterior, ha añadido.

Italia, por su parte, despidió el año con cotizaciones en origen de 5,61 euros/kilo para el virgen extra; 2,22 para el lampante y 3,67 para el virgen; en Túnez, los aceites los biológicos se quedan a las puertas de los 3 euros por kilo, mientras que en Grecia los aceites extra vírgenes se pagan entre 3 y 3,49 euros/kg y,

Sobre los aforos, **en este 2015 la cosecha es corta y baja en Andalucía**, principal productora con diferencia, pero desde la Administración autonómica entienden que no debe haber tensiones en los precios del aceite de oliva puesto que, con la producción que se espera y con el enlace de campaña, el mercado está abastecido. Tampoco debería resentirse el consumo, según la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía.

En Jaén, la recolección está muy avanzada e, incluso, ha terminado en muchas parcelas; los trabajos también han concluido en los olivos de la variedad arbequina en Almería, con mejores rendimientos grasos que el año pasado en muchas explotaciones andaluzas, como es el caso de la provincia de Sevilla, donde han repuntado un punto porcentual, según este Departamento.

Las últimas proyecciones del Magrama avanzaban 824.235 toneladas de aceite para esta campaña 2014-2015 (-53,5 % menos), aunque son estimaciones muy provisionales que podrían revisarse a la baja.

Regiones como Cataluña serán la excepción a la regla, porque esperan unas 35.000 toneladas de aceite de oliva (+30 %); en la comunidad se puede haber cogido ya entre el 80 y el 85 % de su cosecha; este mismo mes podría concluir prácticamente toda la recolección en la variedad arbequina y, durante el mes de febrero, el resto, explican las cooperativas.

Desde el punto de vista comercial, los aceites de oliva, en sus distintas categorías, siguen gozando del respaldo de los consumidores, según confirman las estadísticas de ventas, aunque también se benefician de los repuntes los semillas, como el girasol. En este contexto, el aceite de oliva virgen es la categoría comercial que más aceptación tiene, al acaparar el 46,01 % de la cuota de mercado, por encima del "suave", con el 38,78 % y del oliva "intenso", que se queda con el 15,21 %.

Por su parte, las empresas adheridas a la patronal de industriales y envasadores Anierac vendieron 646,02 millones de litros de todos los tipos de aceites comestibles entre enero y noviembre de 2015, lo que supone un incremento interanual del 8 %. De esta cantidad, 156,14 millones de litros correspondieron a vírgenes (+9,21 %) y 183,22 millones, a "olivas" (+7,58 %).

Sin embargo, noviembre de 2014 acabó con una caída de ventas de los aceites comestibles si se compara con el mismo período de 2013, lo que abre nuevas dudas sobre la evolución de las estadísticas de comercialización en lo sucesivo.

Redacción