El aceite de oliva a granel español pierde cuotas de mercado por el alza de los precios

Noticias
El consumo internacional no ha descendido tanto como la exportación española, incluso con el incremento de precios, sino que, más bien, "el que ha perdido posiciones es España"

El **consumo mundial del aceite de oliva** no ha descendido tanto como podría esperarse por la repercusión de las alzas de precios de la materia prima, pero sí se han reducido las cuotas de mercado del producto español, sobre todo del granel.

Así lo ha apuntado Rafael Pico, director de la **Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador del Aceite de Oliva (Asoliva),** que representa entre el 90 y el 95 % de las empresas que venden envasado al exterior y el 50 % del granel.

El consumo internacional no ha descendido tanto como la exportación española, incluso con el incremento de precios, sino que, más bien, "el que ha perdido posiciones es España", ha aseverado el director de esta patronal. En algunos destinos mundiales -ha argumentado- el consumo ha descendido, pero en otros se ha incrementado un poco, lo que no ha dejado de ser "una sorpresa" porque cabría esperar un retroceso mayor por el fuerte encarecimiento de la materia prima.

Grecia, Turquía, Marruecos y, especialmente Túnez, son los países que han ocupado espacio en detrimento del producto español, sobre todo en los graneles, según ha puntualizado el director. Tampoco ha detectado trasvases destacables de consumidores internacionales desde los olivas hacia otros aceites vegetales. Italia también ha reducido sus exportaciones y, en este caso, lo ha hecho con el envasado, que es su tradicional negocio exportador.

Pico ha recordado que, cuando sube mucho el precio de la materia prima, trasladarlo al consumidor en los mercados internacionales es bastante complicado o hasta imposible, caso de los países árabes, cuyas normas impiden repercutir al alza más del 5 % de los encarecimientos en origen, aunque se hayan disparado un 40 %. En este escenario, "las empresas exportadoras sufren bastante".

Según los últimos datos de Aduanas, las exportaciones en lo que va de campaña -hasta finales de julio- habían caído un 25 % interanual, cifra que, cuando se contabilice todo el ejercicio, podría ampliarse al 28 %, sobre todo en los graneles, ya que la disminución en el envasado con marca española ronda sólo el 4 %.

¿Por qué los graneles se resienten más? Pico ha recordado que los compradores de esta categoría piden calidad y precio y cuando España sube los precios, los demás competidores se posicionan. El avance del aceite griego en EEUU es una prueba de ello.

En el caso de los aceites envasados, ha referido que se trata de productos con marca y las empresas que no quieren perder clientes sacrifican sus beneficios en aras de mantenerse en esos mercados, con la esperanza de que en próximas campañas puedan volver a recuperarse. La situación de los envasadores que exportan "está siendo muy complicada", ha señalado Pico.

Sobre cómo está impactando en estas compañías el incremento de la materia prima en origen, el director de Asoliva ha afirmado que "intuyo que las empresas están haciendo grandes sacrificios" para no perder clientes en los mercados exteriores, lo que tiene un efecto directo sobre sus resultados. Ha apuntado, además, que hay incertidumbres en este sector sobre la materia prima disponible para los próximos meses.

Asoliva maneja unas previsiones de cosecha para España de entre 1,3 y 1,4 millones de toneladas para esta campaña -frente a las 840.000 toneladas del ejercicio anterior-, en función de cómo responda la climatología de otoño, que será determinante.

Los primeros meses de la campaña de comercialización 2015-2016 -se inicia el 1 de octubre- "será una continuidad de lo que está ocurriendo ahora, porque no habrá disponible", ha apostillado. Ha concretado que a finales de agosto, había unas 250.000 toneladas de existencias -entre almazaras y envasadores- y, una vez que se contabilicen las salidas de septiembre, podrían quedar apenas 160.000 toneladas de stock de enlace (para suministrar al mercado mientras llegan los nuevos aceites), el más bajo de su historia.

Preguntado si faltará materia prima para abastecer el mercado, el director de esta patronal ha concretado que "yo creo que todo se regulará por la vía de los precios", aunque habrá que estar atentos a qué cantidad se produce esta campaña y a otros factores, como la evolución del contingente de Túnez que la UE puede importar.

Redacción