

El mercado absorbe un 57% de la producción de aceite de oliva en tan sólo seis meses

Noticias

Así se desprende de los datos ofrecidos por la Agencia del Aceite de Oliva (AAO).

El mercado ha absorbido en tan sólo seis meses de campaña oleícola -de octubre de 2010 a 31 de marzo de 2011- el 57 % de toda la producción de aceite de oliva del ejercicio gracias al sostenimiento del consumo interior y al tirón de las exportaciones que apuntan a un nuevo récord histórico.

Así se desprende de los datos ofrecidos por la Agencia del Aceite de Oliva (AAO), al término de la sesión de su Grupo de Análisis de Mercados de su Consejo Asesor para repasar la información de mercado en lo que va de campaña 2010-2011.

Concretamente, la comercialización total de aceite de oliva -mercado interior aparente más exportaciones- han alcanzado las 688.200 toneladas en lo que va de campaña, un 12 % más respecto a la anterior y un 15 % superior a la media de las cuatro últimas.

En los seis meses, la media mensual de salidas se situó en 114.700 toneladas, según los datos de la Agencia, organismo autónomo del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), que constata los buenos datos de comercialización.

El director de la Agencia, Carlos Sánchez Laín, ha resaltado que la campaña "va muy bien" salvo por los bajos precios en origen, con una comercialización durante los seis meses de campaña actual de casi 700.000 toneladas y unas exportaciones cerca de un 20 % superiores al anterior ejercicio, que ya fue récord histórico.

En seis meses de campaña ha salido ya más de la mitad de la producción de aceite de oliva, según ha destacado Sánchez Laín.

Según los datos de comercialización total en lo que va de campaña difundidos por la Agencia, el mercado interior aparente absorbió 284.900 toneladas, un 5 % más que la del ejercicio pasado, con una media mensual de salidas de 47.480 toneladas, mientras que las exportaciones fueron de 403.300 toneladas (+18 %).

En cambio, y con datos aún provisionales para el mes de marzo, las importaciones cayeron un 27 % respecto a la anterior campaña, hasta 22.300 toneladas.

La producción de aceite de oliva desde el inicio de la campaña en octubre de 2010 y hasta el pasado 31 de marzo, se situó en 1.373.800 toneladas, un 2 % más que en la campaña anterior y un 17 % más que la media de las cuatro últimas.

En el mismo periodo se habían molturado 6.728.526 toneladas de aceituna con un rendimiento medio del 20,42 %, prácticamente un punto por debajo del dato de la campaña anterior por estas mismas fechas.

Respecto a las existencias de aceite, la AAO ha indicado que hasta finales de marzo había un volumen de 1.128.600 toneladas, un 20 % por encima de la media de las cuatro campañas anteriores.

En el lado negativo de la campaña, desde la Agencia han asegurado que estos precios no son rentables para ninguno de los eslabones de la cadena y los márgenes son escasos o inexistentes para agricultores o almazaras.

"Los precios de venta al consumidor están comprimiendo la cadena de valor hasta límites difícilmente soportables", ha reconocido el director de la AAO.

Sánchez Laín ha recordado que el Ministerio Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) se está esforzando en la preparación de una paquete de medidas que puedan ser útiles al sector y estudia "todas las opciones", ninguna de ellas fáciles porque "el club europeo -en referencia a la Unión Europea (UE)- tiene ventajas pero también exigencias".

Así, ha recordado que la última reforma de la Política Agraria Común (PAC) hizo desaparecer los instrumentos de regulación de mercado y dejó otro "muy rígido", el almacenamiento privado, con un umbral de precios desencadenantes "completamente desfasados".

Redacción