

El fin de los aranceles para el aceite alauí abre un nuevo frente en el olivar español



Noticias

Marruecos produce más de 130.000 toneladas de aceite de oliva, de las que 25.000 se dedican a la exportación.

La eliminación de los derechos de aduana para el aceite alauí, en virtud de la ratificación del nuevo protocolo agrícola con la Unión Europea, ha abierto un nuevo frente en el olivar español, que tendrá que pelear en plena crisis contra el sistema de producción marroquí y sus olivos superintensivos.

Sorprende que, pese a lo mucho que se jugaba el sector, poco o nada hayan dicho hasta ahora las organizaciones representativas oleícolas españolas, ni hayan unido sus fuerzas al hortofrutícola, para hacer mayor presión ante las instituciones europeas.

Marruecos produce más de 130.000 toneladas de aceite de oliva, de las que 25.000 se dedican a la exportación, y el crecimiento de las plantaciones de olivar en seto, mecanizadas, ha sido imparable.

Además, en virtud de su acuerdo de asociación con EEUU, la presencia del producto de Marruecos cada vez será más importante en el principal comprador de aceite de oliva fuera de la Unión Europea.

En concreto, se eliminarán los derechos de aduana para el aceite alauí -1,25 euros/kg ahora-, lo que permitirá que el país magrebí pueda exportar libremente las cantidades que desee, mientras que la UE sólo podrá exportar sin aranceles 2.000 toneladas.

"En Marruecos se están plantando hectáreas por miles, con avanzada tecnología, marcos modernos de plantación y regadío que permiten un desarrollo vegetativo y producción espectaculares", explicaban recientemente a Efeagro desde una multinacional española que impulsa proyectos intensivos en el país.

Mientras que el sector digiere el acuerdo marroquí, la semana transcurrió sin mejorías notables a su situación de baja rentabilidad.

En el largo plazo, se han realizado 825 contratos en el Mercado de Futuros del Aceite de Oliva entre el 9 y el 15 de febrero, con precios de 1.570-1.680 euros por tonelada, pero menos operaciones que en la anterior semana (350 contratos y 1.610-1.640 euros/t).

En el mercado de contados, el Sistema de Información de Precios en Origen (POOLred) recoge esta semana unas 67 operaciones de compraventa entre almazaras y entidades comercializadoras y un volumen de 4.679,40 toneladas, un 51,92 % menos que la anterior.

Ligero repunte del 0,05 % para el virgen extra, que cotiza a 1,84 euros/kg, mientras que caen vírgenes (-2,58 %, hasta 1,63 euros/kg), lampantes (-0,76 %, hasta 1,56 euros/kg) y aceites de calidad inferior (-1,89 %, hasta 1,40 euros/kg).

Sin embargo, si se comparan los datos de esta semana respecto a la anterior, se han depreciado

todas las categorías, entre un 4,51 % y un 13,23 %, según categorías.

En el último mes (entre el 17 de enero y hoy), se han producido más transacciones que en el anterior (+9,95 %), con un volumen total de 53.391,72 toneladas, con caídas para vírgenes extra (-1,20 %), vírgenes (-1,02 %) y aceites de calidad inferior (-0,64 %), frente a las subidas de los lampantes (+0,58 %), según POOLred.

La lonja del aceite de la Asociación Agraria Jóvenes Agricultores (Asaja-Córdoba), que se reúne los viernes, no ha ofrecido datos.

El último informe de coyuntura del Ministerio de Agricultura apunta, entre el 6 y el 12 de febrero, subidas para el aceite de oliva virgen (0,80 %), frente al descenso del lampante (-0,20 %) y refinado de girasol (-0,51 %).

Respecto a la evolución en los mercados representativos españoles, destacaron las subidas del virgen extra en Sevilla, Granada y Córdoba, mientras que repitieron los valores en Badajoz, Ciudad Real, Málaga, Tarragona o Toledo.

Sólo en Jaén retrocedió el precio para esta categoría (1,51 euros menos por cada 100 kg).

Granada lideró las subidas para el virgen, aunque también hubo alzas en Sevilla y Jaén, mientras que no se registraron variaciones en el resto de plazas representativas.

Las pérdidas predominaron, por su parte, en los mercados para el lampante a excepción de Málaga, que llegó a 4,40 euros/100 kg.

Pese al momento "dulce" de las exportaciones, el consumo en el mercado nacional da síntomas de agotamiento.

En concreto, las ventas de los aceites envasados de las empresas adheridas a la patronal Anierac cayeron una media del 3,38 % en 2011 respecto a 2010 y se situaron en 700 millones de litros, con retrocesos para las categorías de orujo de oliva (-8,67 %), aceites de oliva (-4,32 %) y los de semillas (-2,08 %).

De los 700 millones de litros comercializados en 2011, 372,6 millones fueron del conjunto de los aceites de oliva -incluido el aceite de orujo de oliva con 14,26 millones de litros- y los 327 millones restantes, de los refinados de semillas oleaginosas, que han supuesto el 46,78 % de las ventas.

Redacción