

Aceite de oliva

Tras dos meses de campaña, queda por molturar el 95% de la cosecha

Finaliza 2018 con muy poco aceite nuevo, por el retraso en la recolección a causa de las lluvias y por el menor rendimiento graso de la aceituna

INMA LOPERA
SEVILLA

A fecha de 1 de diciembre, transcurridos dos meses desde el inicio oficial de la campaña de recolección de aceituna con destino a molino, tan sólo se habían obtenido 61.755 toneladas de aceite de oliva en España, un 4,6% de la producción prevista por el Ministerio de Agricultura, que asciende a 1.598.900 toneladas (1.550.000 toneladas según las estimaciones de producción de Asaja).

Esta producción nacional, pese a ser superior en casi un 27% a la de la pasada campaña, resultará «insuficiente para compensar la caída de cosecha que experimentarán el resto de países productores». Así lo ha afirmado el jefe del Servicio de Estudios de la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía, Juan Bascón, en la XXVI Jornada de Olivar de Asaja Sevilla, celebrada en esta edición en el municipio de La Puebla de Cazalla. Una jornada patrocinada por la Fundación Caja Rural del Sur, y organizada por la patronal agraria con la colaboración de las empresas Pellenc, Brandt, Syngenta, Asegasa y la Cooperativa Nuestra Señora de Las Virtudes, la anfitriona del evento.

En dicho encuentro se ha puesto de manifiesto que la campaña olivarera actual viene marcada por un notable retraso y una importante reducción del rendimiento graso de la aceituna, que de media es inferior en

un 2% al que se obtuvo en la pasada campaña. Una circunstancia que podría llevar a revisar los aforos de cosecha iniciales a la baja.

Panorama mundial

El olivar ocupa una superficie de 11,4 millones de hectáreas en todo el mundo, cultivadas por más de 50 países. El gran país olivarero del mundo es España, con el 23% de la superficie cultivada. El cultivo del olivo ha crecido vertiginosamente en los últimos 20 años, en los que la producción ha pasado de 1,5 millones de toneladas de aceitunas a superar los 3 millones. Así, la producción mundial de aceite de oliva en la campaña 2018-2019 se situará en 3.131.000 toneladas, un 5,5% menos que la pasada campaña, como consecuencia de la drástica caída de la producción en Italia, Grecia, Túnez, Turquía y Portugal, entre otros países.

Por esta razón, «España y, fundamentalmente Andalucía, producirá en esta campaña el 50% de todo el aceite de oliva que se obtenga en el mundo, lo que supone una muestra clara del liderazgo de nuestro país en este producto», ha afirmado el director adjunto del Consejo Oleícola Internacional (COI), Jaime Lillo, en la Jornada. Por ello, «las decisiones de los operadores del mercado español van a tener una trascendencia mundial».

Este liderazgo productor se está trasladando también a los mercados, puesto que «España exporta el 70% de su aceite (sobre todo a granel) y



Crece el conocimiento del aceite de oliva en los consumidores españoles

El conocimiento que tienen los consumidores sobre el aceite de oliva, su calidad y los beneficios para la salud es cada día mayor, según lo revela un estudio encargado por el Grupo Acesur sobre la compra y el consumo de este producto. De hecho, es la calidad el motivo que más pesa a la hora de adquirir un aceite de oliva virgen extra. En concreto, a la hora de la compra, el 33,1% de los consumidores se decantan por su calidad, el 18% por ser un alimento saludable, el 16% por su sabor, el 12,3% porque es un producto español, el 11% por su precio y el 5,3% por ser un producto natural.

Otro dato significativo del estudio es la importancia creciente del aceite de oliva virgen extra en la cesta de la compra y en nuestra mesa, ya que 9 de cada 10 consumidores se declara comprador habitual

de este aceite de oliva, en concreto el 89%, frente al 10% que lo adquiere de vez en cuando y el 1% que declara que nunca lo compra.

Responsabilidad

Esto supone para las empresas del sector «una mayor responsabilidad para estar a la altura de la calidad y excelencia que exigen los clientes, al mismo tiempo que hay que continuar promoviendo el conocimiento de todo lo que es y significa el mundo del aceite de oliva», destaca Juan Pedro Pérez-Serrabona, director de Marketing de Coosur.

Este estudio, realizado el pasado mes de septiembre, recoge también que es la mujer la que en el 73% de los hogares españoles decide qué categoría y qué marca de aceite de oliva virgen extra se compra.

Estimaciones de cosecha

Según Asaja Sevilla, la producción estimada es de 1.550.000 toneladas de aceitunas para esta campaña

Existencias iniciales e importaciones

A la producción se suman las importaciones (107.000 toneladas) y los stocks (374.800 toneladas)



ABC

es ya el principal abastecedor de Estados Unidos (el principal importador de aceite de oliva del mundo, que importó 322.000 toneladas la pasada campaña), de China y de Japón», ha subrayado Lillo.

En cuanto al mercado norteamericano, el directivo del COI (organismo formado por 14 miembros más la Unión Europea) ha explicado que «estamos trabajando por propiciar un acercamiento con Estados Unidos, que ya participa como observador en las reuniones». Respecto a China, que

«produce aceite y de gran calidad», Jaime Lillo ha tranquilizado a los presentes y ha declarado que el COI ve esta circunstancia «como una oportunidad más que como una amenaza».

Durante su intervención, Lillo también se ha referido a un notable cambio en las tendencias del consumo oleícola a nivel mundial. Aunque ha apuntado que «el consumo de aceite de oliva sólo representa el 2% del consumo de los aceites vegetales», ha señalado que en los últimos años, «el consumo de aceite de oliva crece en

los nuevos países consumidores, mientras que se estanca o decrece en los países tradicionales», y todo indica que «esta será la tendencia en los próximos años».

En este sentido, el responsable del COI ha incidido en «la necesidad de hacer las cosas muy bien para que estos nuevos productores mantengan la confianza en el aceite de oliva de España, país que copa el 37% de todas las exportaciones mundiales, seguido de Italia (26%), de Túnez (12%), de Turquía (6%) y de Portugal (5%)».

Mercado

Más oferta y poca actividad



El lampante se sitúa a partir de 2.250 €/tn. El aceite virgen sube a partir de 2.500 €/tn., y el virgen extra de la campaña 2018-2019 baja a partir de 2.750 €/tn. Fuente: Oleoestepa

Se mantienen las cotizaciones



Sin operar el trigo blando y el trigo duro está a 203-206 €/tn. El maíz repite a 181-183 €/tn. El girasol sigue a 304-307 €/tn., y el alto oleico a 376-379 €/tn. Fuente: Lonja de Sevilla

Sin cambios en los precios



Las primeras liquidaciones de manzanilla a nivel de puesto se sitúan a 0,78 €/Kg., hasta un tamaño 320. Gordal entre 0,60-0,66 €/Kg., y hojiblanca a 0,45 €/Kg. Fuente: Asaja.

Bajan cebo y cebo campo



El lechón ibérico sigue a 1,425 €/libra y el lechón ibérico puro repite a 1,60 €/libra. El lechón blanco sube a 46 €/unidad. El ibérico de cebo baja a 23,90 €/@, y el cebo campo baja a 25,35 €/@. La bellota 100% ibérico sube 36,55 €/@; 75% ibérico repite a 35,50 €/@ y 50% ibérico a 34,50 €/@. Fuente: Araporc.



Juntos y con pequeños gestos
conseguiremos un planeta
y un futuro más verde.

ACTIVA YA
TU BUZÓN VIRTUAL

crsurcorazonverde.com
#CorazonVerde



crsur.es

