

A. Poveda
SEVILLA

► Los olivareros sevillanos afrontan la campaña con positivismo. Una menor cosecha, la caída generalizada de la producción de los principales países competidores y el leve repunte de la demanda han elevado los precios. De hecho, este inicio de campaña es el mejor de los últimos cinco años al alcanzar la salida de 221.800 toneladas de aceite entre octubre y noviembre, según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), expuestos en la XXIV Jornada del Olivar de Asaja Sevilla, celebrada en Guadalcanal.

El precio en origen del oro líquido ha aumentado un 10 por ciento, situándose en 3,37 euros a finales del mes pasado. Un precio que el responsable del sector del olivar Asaja Sevilla, José Vázquez, sostiene que es «rentable para el agricultor y asumible por el consumidor». Y añade que esperan que no pase de la horquilla de los tres euros, «puesto que la cifra de los cuatro euros podría resentir el consu-

// La cosecha municipal no podrá satisfacer la demanda de aceite

mo». Por ello, los agricultores abogan por alcanzar la estabilidad de los precios, y es que no hace tanto de cuando los agricultores tuvieron que soportar «precios ridículos» de entre 2,30 y 2,70 euros, «que no llegaban a cubrir los costes de producción». Sin embargo, desde hace 27 meses el precio está por encima de los tres euros.

Para evitar los dientes de sierra, la subdirectora general de Aceite de Oliva del Ministerio de Agricultura, María José Hernández, explicó que el Estado está trabajando en la creación de Asociaciones de Organizaciones de Productores para que autorregulen la oferta de aceite de forma conjunta con el objetivo de cumplir los objetivos de la PAC -establecidos en el artículo 39 del Tratado de la Unión Europea- que se refiere a estabilizar los mercados y asegurar el suministro de alimentos a precios razonables para el consumidor.

Como expuso Vázquez, la escasa lluvia del invierno pasado y las elevadas temperaturas del verano y el otoño han provocado una caída del dos por ciento del rendimiento graso de la



Aceite de oliva recién exprimido en una cooperativa sevillana. / Javier Díaz

La subida de precio salva la caída de producción de aceite

La cosecha merma un seis por ciento en España, hasta los 1,31 millones de toneladas. La ausencia de plagas garantiza una calidad del aceite excelente

aceituna, por lo que hay menos aceite. «Sin embargo, la calidad es excelente, puesto que las condiciones climatológicas han favorecido que no haya plagas». Concretamente, el ataque de la mosca, que cuando pica pudre el fruto.

Según las previsiones de la Junta de Andalucía, la producción de este año rondará los 1,4 millones de toneladas -algo más bajas son

las del Consejo Oleícola Internacional (COI), que las sitúa en 1,31 millones-, un seis por ciento menor que la anterior campaña. A nivel mundial, la caída de la producción será de un 14 por ciento, al llegar a las 2,71 millones de toneladas.

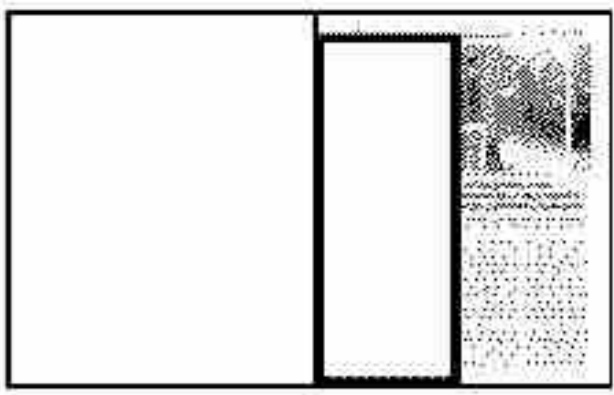
La cuenca del mediterráneo es la más perjudicada, pues sólo en Italia la producción caerá un 50 por ciento, «lo que está animan-

do la compra de aceite español por parte del país», explica Vázquez. En Túnez, la merma es de un 30 por ciento; mientras que en Grecia se reducirá un 20 por ciento.

Esta circunstancia va a provocar que la producción no pueda atender la demanda de aceite mundial, pues, según las estimaciones del COI, el consumo de aceite de oliva será superior a los

2,9 millones de toneladas, mientras que la producción será cerca de 200.000 toneladas inferior.

A pesar del repunte de los precios, la exportación sigue siendo uno de los fuertes del sector. Los datos hablan por sí solos: las salidas al exterior en el primer mes de campaña alcanzaron las 72.000 toneladas, más del doble que un año antes y un seis por ciento mayor que la



Una de las mesas redondas de la Jornada del Olivar. / El Correo

media de las cuatro últimas campañas. Sin embargo, el responsable del olivar de Asaja reconoce que los productores tienen una asignatura pendiente en materia de exportaciones. «Vendemos mucho al exterior, pero la mayoría es a granel, debemos comercializar más aceite de oliva envasado en el extranjero».

No es el único aspecto por mejorar, según Vázquez.

El 65 por ciento de la producción sigue surtiendo las marcas blancas de las grandes distribuidoras, lo que no permite desarrollar las marcas en origen. Además, apunta que el crecimiento de superficie plantada de olivar y la atomización del sector son un hándicap a la hora de negociar con los grandes compradores, por lo que aboga por una unión del sector. ■