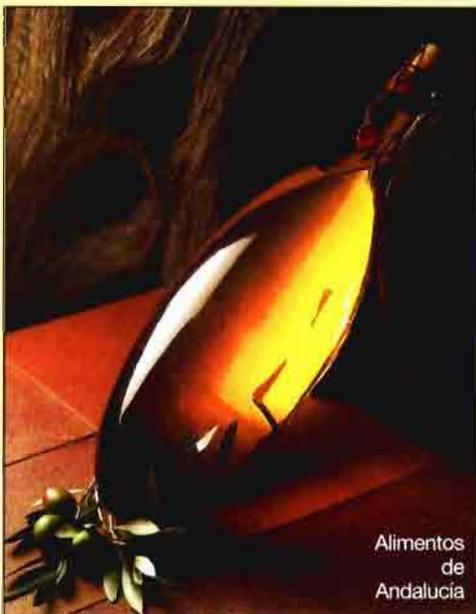


En los últimos meses

# La bajada de los precios disparó las ventas de aceite de oliva

Metidos ya en la recta final de la campaña, el sector del aceite de oliva ha experimentado un giro profundo en los últimos meses.

Frente a unas previsiones de excedentes que se situaban muy por encima de las 300.000 toneladas, al final todo parece indicar que se llegará al uno de noviembre con una cifra inferior a las 200.000 toneladas. La razón de este cambio en el volumen de las existencias



Alimentos de Andalucía

se ha debido especialmente a un fuerte crecimiento de la demanda consecuencia de los bajos precios. Una vez más, los precios altos se correspondieron con caídas en el consumo mientras, a poco que bajen esas cotizaciones y que las mismas se repercuta sobre el consumidor, la demanda se dispara hasta unos niveles casi récord.

Para el sector del aceite de oliva ha sido una campaña compleja donde no era fácil acertar. En los primeros meses de campaña, con unos excedentes de casi 400.000 toneladas y una cosecha que al final se ha situado en 660.000 toneladas, todo el sector apostaba a unos precios moderados en el entorno de las 350 pesetas. Se salía de una situación de sequía y el primer trimestre del año se presentaba igualmente sin lluvias. Sin embargo, el clima dio un cambio radical en primavera para ofrecer unas previsiones de cosecha excelentes, lo que se tradujo en una caída de

los precios que llegaron en su punto más bajo en el mes de julio a las 250 pesetas.

En los tres primeros meses del año, las salidas totales de aceite se habían mantenido en unos niveles discretos sin superar las 70.000/75.000 toneladas. Sin embargo, con la rebaja de los precios en origen, desde el pasado mes de abril se produjo un vuelco espectacular en las ventas para llegar en mayo y junio a superar las 85.000 toneladas y superar en julio las 98.000 toneladas de las que 30.000 toneladas correspondieron a las exportaciones y el resto, 68.000 toneladas, al consumo interior.

Con estos niveles de salidas de aceite de oliva, se ha producido un recorte espectacular en las previsiones de excedentes de campaña pasando los mismos de más de 300.000 toneladas a menos de 200.000 toneladas, lo que supone poco más de dos meses de consumo. La caída de los precios incrementó la

**F**rente a unas previsiones de excedentes al final de campaña superiores a las 300.000 toneladas, es probable que el 1 de noviembre el stock no llegue a las 200.000 toneladas

lón de toneladas, mientras en la parte contraria se habla de 1,2 millones de toneladas.

El mercado del aceite de oliva ha entrado en la fase final de la campaña con unos precios ligeramente por debajo de las 300 pesetas y, sobre todo, con los temores a una gran cosecha que pueda suponer rebajar aún más esas cifras. La distribución ha comenzado su política de compras para atender las necesidades más inmediatas, lo que se traduce también en una industria que solamente compra al día para cubrir sus compromisos con esa misma distribución. En consecuencia, demanda prudente y oferta que vende sin pisas pero con la mirada puesta en la posibilidad de que los precios bajos de



demanda. Sin embargo, el sector ha entrado en una situación de precios a la baja que parece muy difícil superar en los próximos meses cuando se halla a la vista una campaña excelente que los más pesimistas quieren cifrar en algo menos de un mi-

hoy puedan ser altos mañana si no se tuerce la cosecha.

En los próximos meses habrá que ver si sirve para algo la constitución de la Compañía Española para Comercialización de Aceite que nació para regular y ordenar el mercado.