

INFORME DE SITUACION DEL SECTOR DE ACEITE DE OLIVA EN ANDALUCÍA

(Fecha de emisión: 27 de junio de 2008)

Introducción.

En este informe se recoge la Evaluación del Sector del Aceite de Oliva en Andalucía en la elaboración y comercialización durante la Campaña anterior 2006/2007, las previsiones efectuadas y la valoración del período transcurrido de la Campaña 2007/2008, así como las perspectivas a corto plazo.

La Campaña 2006/2007 transcurrió con normalidad, aunque se ha visto condicionada por los cambios que se han producido en los últimos años y que han modificado profundamente al Sector del Aceite de oliva.

La mayor parte de los mismos se anunciaron y valoraron con antelación, así fue el cambio de la Ayuda para el Aceite de oliva y Aceituna de mesa de fondos provenientes de la Unión Europea que dejó de primar la producción, también influyeron las producciones obtenidas durante las campañas anteriores tanto de España como de Andalucía y la caída de precios en la finalización de la Campaña 2005/2006.

No obstante los precios obtenidos durante la Campaña 2006/2007 resultaron más estables por haberse obtenido una producción más elevada, pero los precios en origen han resultado inferiores a los precios que se alcanzaron en la Campaña 2005/2006, además se ha mantenido una controversia respecto a la importación de aceite de terceros países y su comercialización dentro de la Unión Europea, fundamentalmente las provenientes de Túnez, a través de nuestro país.

Por todas estas circunstancias, unidas a la expectativa de liberalización del Comercio mundial de los productos agroalimentarios, las grandes empresas de la alimentación como otros inversores fijan la mirada en las producciones de España por ser el máximo productor de aceite de oliva a nivel mundial, así como en Andalucía como la región que concentra la mayor producción. Esta situación configura un panorama tanto durante la Campaña 2006/2007, como en el desarrollo de la actual Campaña 2007/2008 que con una producción normal permitirá el abastecimiento de los mercados tanto interior de la Unión Europea, como mantener y atender a los compromisos exportadores, tal como se efectuó en la campaña anterior.



Existe no obstante por parte de los productores (agricultores y sus cooperativas que disponen de almazaras) la inquietud respecto a la persistencia de precios en origen (almazara o almacén). En la Campaña anterior 2006/2007 los precios han sido inferiores y muy próximos a los mínimos de la Campaña 2005/2006, aunque tuvieron un ligero repunte en el mes de abril, después volvieron a caer nuevamente durante mayo por debajo de los citados mínimos, continuando sin grandes variaciones hasta el final de campaña.

Se puede resumir que ha existido durante la Campaña 2006/2007 una fluctuación de precios alrededor de los mínimos de la Campaña 2005/2006, finalizándose con una tendencia al alza, pero sin superar los límites marcados al final de la Campaña 2005/2006. Asimismo se ha producido una ligera tendencia al alza que ha mantenido estables los precios durante los primeros meses de la Campaña actual 2007/2008, con unas cantidades de comercialización ligeramente inferiores a la Campaña anterior.

Por último destacar que factores imponderables como son la incidencia de la climatología en el ciclo del cultivo, la expectativa de la subida de precios de otros aceites vegetales y grasas animales por su posible destino para obtención de combustibles, y además la situación de sequía con la falta de seguridad de dotaciones suficientes de agua de riego, suponen nuevos condicionantes para la próxima campaña y que seguramente tengan influencia en las expectativas de comercialización del aceite de oliva.

1. Campaña anterior 2006/2007. Producciones obtenidas y comercialización

Las producciones obtenidas durante la Campaña anterior 2006/2007, teniendo en cuenta distintos datos del mercado mundial, nacional y también de Andalucía, supone que respecto a la exportación fuera de la Unión Europea son poco relevantes tanto a nivel nacional, como para nuestra Comunidad Autónoma que ha alcanzado una proporción respecto a la producción mundial del 32,9 %, se ha exportado en el mercado extracomunitario solo un 3,3 %.

Cabe destacar que Túnez ha conseguido durante la anterior campaña situarse como primer exportador mundial, con una cantidad similar a Italia, ambos países con una producción en esta campaña ostensiblemente inferior que Andalucía, han exportado en el mercado extracomunitario el 6,5 y 6,4 % respectivamente, frente al 3,3 % alcanzado por Andalucía.



Cuadro de producción y comercialización aceite oliva de las zonas y países principales
 Campaña 2006/2007 (ordenadas por cantidades de exportación)

ZONA	CAMPAÑA	PROD.	% PROD.	CONSUMO	% CONS./ PROD. (*)	IMPORT. TOTAL	% IMP. TOTAL /PROD. (*)	EXPORT. TOTAL	% EXP. TOTAL/ PROD. (*)
MUNDIAL	06.07	2.859,5	100,0	2.907,5	101,7	723,0	25,3	705,5	24,7
UNION EUROPEA	06.07	2.141,7	74,9	2.035,5	71,2	230,2	8,1	332,4	11,6
TUNEZ	06.07	170,0	5,9	45,0	1,6	0,0	0,0	185,0	6,5
ITALIA	06.07	603,0	21,1	852,4	29,8	151,8	5,3	184,0	6,4
ESPAÑA (PROD.)	06.07	1.111,4	38,9	588,4	20,6	67,6	2,4	151,2	5,3
ANDALUCIA (PROD.)	06.07	941,1	32,9	564,0	19,7	55,8	2,0	94,4	3,3
TURQUIA	06.07	166,0	5,8	70,0	2,4	0,0	0,0	75,0	2,6
SIRIA	06.07	154,0	5,4	110,0	3,8	0,0	0,0	40,0	1,4

Datos estimados por el Consejo Oleícola Internacional COI, excepto para España y Andalucía, con datos de producción de la Agencia para el Aceite de Oliva AOO y cálculos efectuados por la Consejería de Agricultura y Pesca (Valores expresados en miles de Tm. y () proporciones en tanto por ciento respecto a la Producción mundial)*

A nivel de los datos de importación extracomunitaria destaca nuevamente a nivel mundial un ligero aumento de la importación efectuada por la Unión Europea, aún con el aumento de la producción de aceite obtenida en Andalucía y también en el conjunto de España.

Estados Unidos sigue siendo con diferencia el mayor importador mundial alcanzando una proporción superior a la campaña anterior con un 9,1 % de la producción mundial.

Por último destacar que si bien el consumo mundial ha superado ligeramente la producción mundial en la Campaña 2006/2007, el abastecimiento de la Unión Europea y de España ha estado asegurado y se ha desarrollado con normalidad en cantidades y precios estables.

Destacar en este aspecto que también Andalucía ha participado en la importación extracomunitaria con una proporción muy inferior respecto a Italia, pero persistiendo la paradoja de que nuestra exportación extracomunitaria ha sido menor en proporción a la producción obtenida, aún manteniéndose nuestra Comunidad Autónoma como la región primera respecto a la producción mundial con una proporción del 32,9 % y una cantidad de aceite obtenido durante la Campaña anterior de 2006/2007 de 941,1 miles de Toneladas.



Cuadro de producción y comercialización aceite oliva de las zonas y países principales
Campaña 2006/2007 (ordenadas por cantidades de importación)

ZONA	CAMPAÑA	PROD.	% PROD.	CONSUMO	% CONS./ PROD. (*)	IMPORT. TOTAL	% IMP. TOTAL /PROD. (*)	EXPORT. TOTAL	% EXP. TOTAL/ PROD. (*)
MUNDIAL	06.07	2.859,5	100,0	2.907,5	101,7	723,0	25,3	705,5	24,7
ESTADOS UNIDOS	06.07	1,0	0,0	251,0	8,8	260,0	9,1	10,0	0,3
UNION EUROPEA	06.07	2.141,7	74,9	2.035,5	71,2	230,2	8,1	332,4	11,6
ITALIA	06.07	603,0	21,1	852,4	29,8	151,8	5,3	184,0	6,4
ESPAÑA (PROD.)	06.07	1.111,4	38,9	588,4	20,6	67,6	2,4	151,2	5,3
ANDALUCIA (PROD.)	06.07	941,1	32,9	564,0	19,7	55,8	2,0	94,4	3,3
RESTO PAISES	06.07	15,0	0,5	62,0	2,2	51,5	1,8	5,0	0,2
AUSTRALIA	06.07	0,0	0,0	40,0	1,4	35,0	1,2	3,0	0,1
BRASIL	06.07	0,0	0,0	33,0	1,2	33,0	1,2	0,0	0,0
JAPON	06.07	0,0	0,0	31,0	1,1	31,0	1,1	0,0	0,0
CANADA	06.07	0,0	0,0	30,5	1,1	30,5	1,1	0,0	0,0

Datos provisionales del Consejo Oleícola Internacional COI, excepto para España y Andalucía, con datos de producción de la Agencia para el Aceite de Oliva AOO y cálculos efectuados por la Consejería de Agricultura y Pesca (Valores expresados en miles de TM. y () proporciones en tanto por ciento respecto al valor de la Producción mundial)*

Finalmente en la distribución de la exportación e importación y el balance comercial de Andalucía durante la campaña 2006/2007 mantuvo la relevancia de su comercio dentro de la Unión Europea fundamentalmente, existiendo un aumento importante del mismo respecto a la anterior campaña y habiendo ascendido hasta 376,4 miles de Toneladas.

Cuadro de exportación e importación de aceite oliva de Andalucía respecto al Mundo y la Unión Europea
Campaña 2006/2007

ANDALUCIA	MUNDIAL	UNIÓN EUROPEA	EXTRA U.E.
IMP. 06/07	87,8	35,9	55,8
EXP. 06/07	471,2	376,3	94,9
BALANCE	383,4	340,4	39,1

Datos de referencia del Instituto de Comercio Exterior ICEX y cálculos efectuados por la Consejería de Agricultura y Pesca (Valores expresados en miles de TM).



En la distribución de los principales países con los que comercia Andalucía destaca la exportación directa que efectúa a países miembros de la Unión Europea, principalmente a Italia, habiéndose estabilizado la exportación respecto a la campaña anterior, ascendiendo hasta 191,4 miles de toneladas, así mismo resulta importante la comercialización con destino a Portugal, Francia y Reino Unido.

La exportación de Andalucía continua teniendo como principal destino la Unión Europea, manteniéndose una menor relación comercial con terceros países, aunque es de destacar la exportación dirigida a Estados Unidos y Japón.

Respecto a la importación se mantiene la importancia de Grecia e Italia.

Cuadro de exportación e importación de aceite oliva de zonas y países principales
Campaña 2006/2007

ANDALUCIA	ITALIA	GRECIA	PORTUGAL	TÚNEZ	TURQUÍA	MARRUECOS	ESTADOS UNIDOS	JAPÓN	BRASIL	FRANCIA	SIRIA	REINO UNIDO	ALEMANIA
IMP. 06/07	9,6	12,9	13,3	46,9	2,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,4	2,5	0,0	0,0
EXP. 06/07	205,9	1,4	63,9	0,5	0,0	0,5	28,6	10,8	6,3	52,2	0,0	23,5	5,4
BALANCE	196,4	-11,6	50,6	-46,4	-2,0	0,2	28,6	10,8	6,3	51,8	-2,5	23,5	5,4

Datos de referencia del Instituto de Comercio Exterior ICEX y cálculos efectuados por la Consejería de Agricultura y Pesca (Valores expresados en miles de TM).

Los datos de exportación e importación durante la Campaña 2006/2007 confirman la tendencia a la recuperación de los mercados de Aceite de oliva, destacando el incremento producido durante la campaña en el mercado interior de la Unión Europea y reduciéndose además las importaciones con todos los países, excepto con Túnez que alcanza valores de importación elevados, muy superiores a los alcanzados en la campaña anterior, que suponen aproximadamente la mitad del contingente arancelario de este país con la Unión Europea durante el año 2007. En este sentido se observa que se han rebasado los límites de cantidades mensuales sin arancel durante el primer trimestre de este año (datos de referencia mensuales del Instituto de Comercio Exterior ICEX).



2. Previsión efectuadas para la Campaña actual 2007/2008. Producción y comercialización

Las previsiones efectuadas para la campaña actual 2007/2008 con los distintos datos disponibles del mercado mundial, nacional y también de Andalucía, respecto a la exportación fuera de la Unión Europea indican que seguirá siendo poco relevante tanto a nivel nacional, como para nuestra Comunidad Autónoma estimándose una proporción respecto a la producción mundial del 35,4 %, y se exportará previsiblemente en el mercado extracomunitario solo un 2,3 %.

Cabe destacar que Italia seguirá como primer exportador mundial con una producción en esta campaña inferior que Andalucía y tendrá una exportación en el mercado extracomunitario de 6,4 %.

Igualmente cabe destacar que Túnez y Turquía también superarán en el mercado extracomunitario a la exportación prevista para Andalucía teniendo una estimación de producción ostensiblemente inferior.

Cuadro de producción y comercialización aceite oliva de las zonas y países principales Campaña 2007/2008 (ordenadas por cantidades de exportación)

ZONA	CAMPAÑA	PROD.	% PROD.	CONSUMO	% CONS./ PROD. (*)	IMPORT. TOTAL	% IMP. TOTAL /PROD. (*)	EXPORT. TOTAL	% EXP. TOTAL/ PROD. (*)
MUNDIAL	07.08	2.820,5	100,0	2.926,5	103,8	720,5	25,5	645,5	22,9
UNION EUROPEA	07.08	2.135,6	75,7	2.046,6	72,6	219,4	7,8	335,9	11,9
ITALIA	07.08	500,0	17,7	810,5	28,7	165,0	5,9	180,0	6,4
TUNEZ	07.08	180,0	6,4	50,0	1,8	0,0	0,0	140,0	5,0
ESPAÑA	07.08	1.228,1	43,5	625,0	22,2	45,0	1,6	120,0	4,3
TURQUIA	07.08	160,0	5,7	73,0	2,6	0,0	0,0	89,0	3,2
ANDALUCÍA ESTIM.)	07.08	998,1	35,4	534,9	19,0	38,9	1,4	66,2	2,3

Datos estimados del Consejo Oleícola Internacional COI, excepto para España y Andalucía, con datos de producción de la Agencia para el Aceite de Oliva AOO y cálculos efectuados por la Consejería de Agricultura y Pesca (Valores expresados en miles de TM. y () proporciones en tanto por ciento respecto al valor de la Producción mundial).*



En la importación extracomunitaria destaca la disminución de la Unión Europea respecto a la producción mundial, a la vez que el aumento de la estimación de producción de aceite adjudicada a Andalucía y también para España, comprendiéndose que se podrá satisfacer las necesidades de consumo y comercialización, tanto a nivel de la Unión Europea, como mundial.

Estados Unidos será con diferencia el mayor importador mundial pudiendo alcanzar idéntica proporción que la campaña anterior con un 9,2 % de la producción mundial.

Destacar en este aspecto que Andalucía participará en la importación extracomunitaria con una proporción muy inferior que Italia, persistiendo la paradoja de que nuestra exportación extracomunitaria será menor en proporción que este país, aún con la expectativa de un incremento considerable en la producción y manteniéndose como primer productor mundial con una previsión de alcanzar el 35,1 % de la producción mundial con aproximadamente 991,2 miles de Toneladas de aceite.

Cuadro de producción y comercialización aceite oliva de las zonas y países principales
Campaña 2007/2008 (ordenadas por cantidades de importación)

ZONA	CAMPAÑA	PROD.	% PROD.	CONSUMO	% CONS. (*)	IMPORT. TOTAL	% IMP. TOTAL (*)	EXPORT. TOTAL	% EXP. TOTAL (*)
MUNDIAL	07.08	2.820,5	100,0	2.926,5	103,8	720,5	25,5	645,5	22,9
ESTADOS UNIDOS	07.08	1,0	0,0	251,0	8,9	260,0	9,2	10,0	0,4
UNION EUROPEA	07.08	2.135,6	75,7	2.046,6	72,6	219,4	7,8	335,9	11,9
ITALIA	07.08	500,0	17,7	810,5	28,7	165,0	5,9	180,0	6,4
RESTO PAISES	07.08	18,0	0,6	63,0	2,2	52,0	1,8	6,5	0,2
ESPAÑA	07.08	1.228,1	43,5	625,0	22,2	45,0	1,6	120,0	4,3
ANDALUCIA ESTIM.)	07.08	998,1	35,4	534,9	19,0	38,9	1,4	66,2	2,3
AUSTRALIA	07.08	13,0	0,5	41,0	1,5	35,0	1,2	7,0	0,2
BRASIL	07.08	0,0	0,0	34,0	1,2	34,0	1,2	0,0	0,0
JAPON	07.08	0,0	0,0	31,5	1,1	31,5	1,1	0,0	0,0
CANADA	07.08	0,0	0,0	30,5	1,1	30,5	1,1	0,0	0,0

Datos estimados del Consejo Oleícola Internacional COI, excepto para España y Andalucía, con datos de producción de la Agencia para el Aceite de Oliva AOO y cálculos efectuados por la Consejería de Agricultura y Pesca (Valores expresados en miles de TM. y () proporciones en tanto por ciento respecto al valor de la Producción mundial).*



Es de destacar que el consumo mundial sigue superando la producción mundial en una proporción importante 3,8 % para esta campaña 2007/2008, no obstante el abastecimiento de la Unión Europea y de España esta asegurado. Los principales países importadores a nivel mundial deberán ajustarse a sus necesidades para cubrir su consumo o sus expectativas de mercado, de acuerdo a las existencias mundiales y al enlace entre campañas de producción, que se estimó al inicio de la campaña entre 500 a 600 miles de Tm.

Finalmente en la distribución de la exportación e importación y el balance comercial de Andalucía previsto para la campaña 2007/2008 continuará la importancia de su comercio efectuado fundamentalmente dentro de la Unión Europea, preveyéndose un mantenimiento de la exportación que ascenderá hasta 356,2 miles de Toneladas.

Cuadro con la Estimación de exportación e importación de aceite oliva de Andalucía respecto al Mundo y la Unión Europea

Campaña 2007/2008

ANDALUCIA	MUNDIAL	UNIÓN EUROPEA	EXTRA U.E.
IMP. Estim. 07/08	82,3	43,5	38,8
EXP. Estim. 07/08	423,3	356,2	66,2
BALANCE	341,0	312,7	27,4

Datos de referencia de campañas anteriores del Instituto de Comercio Exterior ICEX y cálculos efectuados por la Consejería de Agricultura y Pesca (Valores en miles de TM).

En la distribución de los principales países con los que comercia Andalucía destacará nuevamente la exportación directa que se efectúa a países miembros de la Unión Europea principalmente a Italia preveyéndose que se mantengan unas cantidades similares a la campaña anterior 187,4 miles de Toneladas, así como para Francia y Portugal y respecto a la importación se mantendrá la importancia de Grecia e Italia. Por tanto el comercio efectuado por Andalucía fuera de España continuará fundamentalmente dentro de la Unión Europea, manteniéndose la relación comercial con los principales países importadores a nivel mundial.



Cuadro con la Estimación de exportación e importación de aceite oliva de Andalucía y países principales

Campaña 2007/2008

ANDALUCÍA	ITALIA	GRECIA	PORTUGAL	TÚNEZ	TURQUÍA	MARRUECOS	ESTADOS UNIDOS	JAPÓN	BRASIL	FRANCIA	SIRIA	REINO UNIDO	ALEMANIA
IMP. Estim. 07/08	18,3	16,2	8,3	33,8	3,5	4,1	0,0	0,0	0,0	0,2	3,8	0,0	0,0
EXP. Estim. 07/08	191,2	2,2	57,2	0,2	0,0	0,1	21,0	7,6	4,3	59,0	0,0	22,1	4,7
BALANCE	172,8	-14,0	48,9	-33,7	-3,5	-4,0	21,0	7,6	4,3	58,8	-3,8	22,1	4,7

Datos de referencia de campañas anteriores del Instituto de Comercio Exterior ICEX y cálculos efectuados por la Consejería de Agricultura y Pesca (Valores en miles de TM).

Cabe destacar para las importaciones fuera de la Unión Europea, concretamente la realizadas con Túnez podrán ser similares o bajar ligeramente si se mantienen las expectativas de producciones esperadas para esta Campaña 2007/2008. No obstante la importancia que están adquiriendo las mismas para distintas empresas en Andalucía y a nivel nacional, apuntan a que gran parte de la comercialización de la producción de aceite de oliva de este país continúe manteniéndose y consolidando, con lo que la perspectiva de aumento de las importaciones con este país tercero dejaría de ser una situación coyuntural, confirmándose la vocación comercializadora que se está empezando a impulsar desde Andalucía y a nivel nacional.

3. Comercialización y precio de venta del Aceite de oliva

El mercado del aceite de oliva debido a los distintos productos y presentaciones ofertadas resulta complejo de evaluar, pues si bien se estima que aproximadamente el 42,5 % de la producción total de España se comercializa envasada, es el aceite de oliva vendido a granel del que se dispone mayor información de precios y su destino final, desglosándose esta proporción en un 26 % de aceite de oliva envasado de las exportaciones efectuadas y el 74 % de venta a granel en la exportación mundial (comercio con países de la Unión Europea y otros países), siendo el 80 % de aceite de oliva envasado en el mercado nacional y el 20 % autoconsumo u otros destinos dentro de España.



Asimismo cabe considerar dentro de la comercialización del aceite de oliva, tanto en la distribución como en el envasado y venta al consumidor, el protagonismo que están adquiriendo las grandes cadenas de alimentación que representan el 72 % de las ventas de alimentos a nivel mundial y a través de las "marcas blancas" distribuyen y comercializan a nivel nacional el 67,2 % de los productos alimentarios, suponiendo para el aceite de oliva envasado el 54,9 % aproximadamente del total comercializado al consumidor directo, desglosándose por categorías en el aceite de oliva virgen extra el 44 %, el 75 % del aceite de oliva clasificado como "sabor intenso" y el 55 % como "sabor suave".

3.1 Comercialización a granel y precio medio de venta

Los precios del aceite comercializado a granel durante la Campaña 2006/2007 tuvieron la característica de estabilidad y de no rebasar en general los precios finales obtenidos en la campaña anterior Campaña 2005/2006, habiéndose podido por ello disponer unos precios moderados y las cantidades necesarias para el consumo o expectativas del mercado mundial.

El precio medio ponderado durante la Campaña 2005/2006 para el aceite de oliva virgen extra fue de 3,41 €/kg, con un precio final de campaña de 2,66 €/kg y un precio medio máximo de 4,21 €/kg durante los meses de enero y febrero.

Para la categoría de aceite de oliva virgen, el precio medio ponderado resultó de 3,31 €/kg, con un precio final de campaña de 2,61 €/kg.

Siendo por último el precio medio para el aceite de oliva lampante de 3,21 €/kg, con un precio final de campaña de 2,51 €/kg.

Los precios medios obtenidos durante la Campaña 2006/2007 desde el inicio de la campaña fueron ligeramente inferiores a los mínimos alcanzados al finalizar la campaña anterior, suponiendo aproximadamente un 74 % de los precios obtenidos en la comercialización a granel respecto a los precios medios obtenidos en la campaña anterior, habiendo fluctuado ligeramente durante la misma.

El precio medio ponderado durante la Campaña 2006/2007 para el aceite de oliva virgen extra fue de 2,54 €/kg, con un precio final de campaña de 2,50 €/kg y un precio medio máximo de 2,72 €/kg durante los meses de marzo y abril.

Para la categoría de aceite de oliva virgen, el precio medio ponderado resultó de 2,47 €/kg, con un precio final de campaña de 2,43 €/kg y un precio medio máximo de 2,67 €/kg también durante los meses de marzo y abril.



Siendo por último el precio medio para el aceite de oliva lampante de 2,37 €/kg, con un precio final de campaña de 2,38 €/kg.

La variación media durante la campaña 2006/2007 de precios mensuales han sido de disminución de - 1 céntimo/kg mensual para el aceite de oliva virgen extra y lampante y de - 2 céntimos/kg mensuales para el aceite de oliva, como elemento de estabilidad de los precios medios.

También destacar que la comercialización a granel durante la campaña anterior ha superado aproximadamente en un 50 % en cantidad al volumen total de aceite comercializado respecto a la campaña anterior. Comprendiéndose por tanto la recuperación en volumen de ventas del mercado del aceite de oliva, además de la estabilización de precios obtenidos en almazara o almacén.

Los precios de la campaña actual 2007/2008 comenzaron al alza durante los dos primeros meses de noviembre y diciembre, posteriormente se mantuvieron con ligeros descensos hasta el mes de abril, con unas bajadas de precios habituales en los meses de mayo y junio hasta el mes de junio, resultando que actualmente en el mes de junio los precios son ligeramente inferiores a los obtenidos en el mismo mes de la campaña 2006/2007, pero resultando los precios medios ponderados similares a los obtenidos en la campaña anterior de venta a granel del aceite virgen extra con 2,59 €/kg, para el aceite virgen 2,52 €/kg y el aceite lampante 2,40 €/kg, siendo el incremento medio de la campaña para los precios mensuales descendente en - 2 céntimos/kg para las distintas categorías, manteniéndose la estabilidad de los precios medios aunque el volumen de comercialización es inferior respecto a la campaña anterior.

Por tanto la campaña actual 2007/2008 comenzó con unos precios estables y similares a los de la campaña anterior, produciéndose ligeras subidas durante este primer trimestre y una bajada normal en los últimos meses, con precios medios ponderados similares en las distintas categorías de aceite de oliva, pero con menores volúmenes de comercialización.



Cuadro de precios y comercialización de aceite oliva a granel. Categoría virgen extra
Campaña 2006/2007 y Campaña 2007/2008 (meses transcurridos)

TIPO ACEITE OLIVA (Com. Granel)	AÑO	PERIODO (meses)	PRECIO MEDIO (€/Kg)	PROP. ACEITE COM. (%) ACUM.	INCREMENTO PRECIO (€) MES ANT.	PRECIO MEDIO CAMPAÑA	INCREMENTO MEDIO CAMPAÑA
VIRGEN EXTRA	2006	10/11	2,66		-0,05	3,41	-0,11
VIRGEN EXTRA	2006	11/12	2,61	8	-0,05		
VIRGEN EXTRA	2006	12/01	2,48	21	-0,13		
VIRGEN EXTRA	2007	01/02	2,56	37	0,08		
VIRGEN EXTRA	2007	02/03	2,65	54	0,09		
VIRGEN EXTRA	2007	03/04	2,72	61	0,07		
VIRGEN EXTRA	2007	04/05	2,66	64	-0,06		
VIRGEN EXTRA	2007	05/06	2,53	68	-0,13	2,59	-0,01
VIRGEN EXTRA	2007	06/07	2,42	72	-0,11		
VIRGEN EXTRA	2007	07/08	2,35	78	-0,07		
VIRGEN EXTRA	2007	08/09	2,36	86	0,01		
VIRGEN EXTRA	2007	09/10	2,39	90	0,03		
VIRGEN EXTRA	2007	10/11	2,50	100	0,11	2,54	-0,01
VIRGEN EXTRA	2007	11/12	2,67	4	0,17		
VIRGEN EXTRA	2007	12/01	2,65	15	-0,02		
VIRGEN EXTRA	2008	01/02	2,63	27	-0,02		
VIRGEN EXTRA	2008	02/03	2,63	39	0,00		
VIRGEN EXTRA	2008	03/04	2,61	42	-0,02		
VIRGEN EXTRA	2008	04/05	2,46	49	-0,15		
VIRGEN EXTRA	2008	05/06	2,39	55	-0,07	2,59	-0,02

Datos de referencia de la Fundación del Olivar, índice de POOL red con precios de aceite de oliva comercializado a granel.

Periodo: incluye aproximadamente la última y la primera quincena de los meses indicados.

Proporción de aceite comercializado respecto a la cantidad total comercializada durante la Campaña anterior 2006/2007.



Cuadro de precios y comercialización de aceite oliva a granel. Categoría virgen y lampante Campaña 2006/2007 y Campaña 2007/2008 (meses transcurridos)

TIPO ACEITE OLIVA (Com. Granel)	AÑO	PERIODO (meses)	PRECIO MEDIO (€/Kg)	PROP. ACEITE COM. (%) ACUM.	INCREMENTO PRECIO (€) MES ANT.	PRECIO MEDIO CAMPAÑA	INCREMENTO MEDIO CAMPAÑA
VIRGEN	2006	10/11	2,61	100	0,00	3,31	-0,11
VIRGEN	2006	11/12	2,48	8	-0,13		
VIRGEN	2006	12/01	2,42	16	-0,06		
VIRGEN	2007	01/02	2,52	30	0,10		
VIRGEN	2007	02/03	2,60	46	0,08		
VIRGEN	2007	03/04	2,67	53	0,07		
VIRGEN	2007	04/05	2,56	59	-0,11		
VIRGEN	2007	05/06	2,42	64	-0,14	2,53	-0,02
VIRGEN	2007	06/07	2,32	68	-0,10		
VIRGEN	2007	07/08	2,27	73	-0,05		
VIRGEN	2007	08/09	2,31	83	0,04		
VIRGEN	2007	09/10	2,34	89	0,03		
VIRGEN	2007	10/11	2,43	100	0,09	2,47	-0,02
VIRGEN	2007	11/12	2,55	5	0,12		
VIRGEN	2007	12/01	2,60	13	0,05		
VIRGEN	2007	01/02	2,57	23	-0,03		
VIRGEN	2008	02/03	2,57	26	0,00		
VIRGEN	2008	03/04	2,52	30	-0,05		
VIRGEN	2008	04/05	2,38	38	-0,14		
VIRGEN	2008	05/06	2,31	40	-0,07	2,52	-0,02

Datos de referencia de la Fundación del Olivar, índice de POOL red con precios de aceite de oliva comercializado a granel.

Periodo: incluye aproximadamente la última y la primera quincena de los meses indicados.

Proporción de aceite comercializado respecto a la cantidad total comercializada durante la Campaña anterior 2006/2007.



Cuadro de precios y comercialización de aceite oliva a granel. Categoría virgen y lampante Campaña 2006/2007 y Campaña 2007/2008 (meses transcurridos)

TIPO ACEITE OLIVA (Com. Granel)	AÑO	PERIODO (meses)	PRECIO MEDIO (€/Kg)	PROP. ACEITE COM. (%) ACUM.	INCREMENTO PRECIO (€) MES ANT.	PRECIO MEDIO CAMPAÑA	INCREMENTO MEDIO CAMPAÑA
LAMPANTE	2006	10/11	2,55		0,01	3,21	-0,10
LAMPANTE	2006	11/12	2,37	4	-0,18		
LAMPANTE	2006	12/01	2,27	10	-0,10		
LAMPANTE	2007	01/02	2,39	17	0,12		
LAMPANTE	2007	02/03	2,51	27	0,12		
LAMPANTE	2007	03/04	2,59	36	0,08		
LAMPANTE	2007	04/05	2,48	43	-0,11		
LAMPANTE	2007	05/06	2,34	54	-0,14	2,43	-0,02
LAMPANTE	2007	06/07	2,26	61	-0,08		
LAMPANTE	2007	07/08	2,22	66	-0,04		
LAMPANTE	2007	08/09	2,29	79	0,07		
LAMPANTE	2007	09/10	2,29	92	0,00		
LAMPANTE	2007	10/11	2,38	100	0,09	2,37	-0,01
LAMPANTE	2007	11/12	2,44	5	0,06		
LAMPANTE	2007	12/01	2,47	12	0,03		
LAMPANTE	2007	01/02	2,47	22	0,00		
LAMPANTE	2008	02/03	2,48	26	0,01		
LAMPANTE	2008	03/04	2,39	35	-0,09		
LAMPANTE	2008	04/05	2,30	42	-0,09		
LAMPANTE	2008	05/06	2,23	47	-0,07	2,40	-0,02

Datos de referencia de la Fundación del Olivar, índice de POOL red con precios de aceite de oliva comercializado a granel.

Periodo: incluye aproximadamente la última y la primera quincena de los meses indicados.

Proporción de aceite comercializado respecto a la cantidad total comercializada durante la Campaña anterior 2006/2007.



3.2 Comercialización aceite envasado y precio medio venta

Respecto a las distintas presentaciones y precios de aceite de oliva para el consumidor, se alcanzan distintos precios según calidades y marcas de aceite de oliva.

Cabe destacar que la variabilidad de precios al consumidor siguió a los precios en origen durante la Campaña 2005/2006, llegando para el aceite de oliva virgen extra hasta 4,89 €/l. en presentaciones de un 1 litro y 4,84 €/l. en presentaciones de envases de 5 litros, en la comercialización de grandes superficies. En otras presentaciones de aceite de oliva para marcas calificadas por sabor de tipo suave o intenso los precios medios fueron ligeramente menores desde 4,54 €/l. en presentaciones de botella de 1 litro y hasta 4,76 €/l. en presentaciones de envases de 5 litros, también en las grandes superficies (Informe de 08.06.06 de la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios FACUA), se incremento la demanda de aceite de oliva calificado como sabor suave, subiendo el precio hasta un 43 % en un año, respecto al que alcanzaba en la misma fecha en que se realizó este estudio.

Durante el año 2007 ha habido una bajada paulatina de precios medios del aceite de oliva, descendiendo ligeramente los precios al consumidor en todos los tipos de aceite, resultando una disminución aproximada del 17 % en el Aceite de oliva virgen extra, con unos precios medios ,en el mes de diciembre, de 3,28 €/l. para presentaciones de un 1 litro y 3,25 €/l. en envases de 5 litros.

Asimismo para el aceite de oliva con marcas clasificadas por sabor tipo suave e intenso, los precios medios también han disminuido en sus distintas presentaciones aproximadamente un 21 % y un 17 % respectivamente, resultando los precios medios para sabor suave de 2,81€/l. y sabor intenso de 2,71 €/l. en presentaciones en botella de 1 litro y de 2,83 €/l. en envases de 5 litros, para ambos tipos.

Respecto a los precios en el mes de abril de 2008, fluctúan ligeramente, siendo para el Aceite de oliva virgen extra 3,28 €/l. para presentaciones de un litro y 3,21 €/l. en envases de 5 litros.

Para el Aceite de oliva con marcas clasificadas por sabor suave e intenso, los precios medios han descendido o fluctuado ligeramente según los envases, resultando los precios medios para sabor suave de 2,81 €/l. y sabor intenso de 2,76 €/l. en presentaciones en botella de 1 litro y de 2,77 €/l. para ambas clasificaciones por sabor en envases de 5 litros.



Cuadro de precios y comercialización de aceite oliva al consumidor. Categoría virgen extra, virgen y lampante

Campaña 2007/2008 (datos mes de abril)

MARCA	MES	CLASIFICACION NORMATIVA	TIPO	ENVASE LITROS	CLASE ENVASE	PRECIO MAX. €/l (1)	PRECIO MIN. €/l (1)	PRECIO MEDIO €/l (1)	PRECIO MEDIO €/kg (2)	PRECIO MEDIO ORIGEN €/kg	INCREMENTO PRECIO CONS. %
BLANCA	4	VIRGEN EXTRA		1	PLASTICO	3,66	2,99	3,28	3,60	2,46	46
BLANCA	4	VIRGEN EXTRA		5	PLASTICO	3,45	2,99	3,21	3,52	2,46	43
BLANCA	4	VIRGEN		1	PLASTICO	-	-	-	-	2,38	-
BLANCA	4	VIRGEN		5	PLASTICO	-	-	-	-	2,38	-
BLANCA	4	OLIVA		1	PLASTICO	3,09	2,49	2,82	3,09	2,30	34
BLANCA	4	OLIVA		5	PLASTICO	3,08	2,58	2,80	3,07	2,30	33
BLANCA	4	OLIVA	INTENSO	1	PLASTICO	2,99	2,49	2,76	3,03	2,30	32
BLANCA	4	OLIVA	INTENSO	5	PLASTICO	2,98	2,58	2,77	3,04	2,30	32
BLANCA	4	OLIVA	SUAVE	1	PLASTICO	2,99	2,49	2,81	3,08	2,30	34
BLANCA	4	OLIVA	SUAVE	5	PLASTICO	2,98	2,58	2,77	3,04	2,30	32
NORMAL	4	VIRGEN EXTRA		1	PLASTICO	4,14	3,49	3,79	4,15	2,46	69
NORMAL	4	VIRGEN EXTRA		5	PLASTICO	4,04	2,97	3,53	3,87	2,46	57
NORMAL	4	OLIVA		1	PLASTICO	4,29	2,90	3,43	3,76	2,30	63
NORMAL	4	OLIVA		5	PLASTICO	4,20	3,17	3,58	3,92	2,30	70
NORMAL	4	OLIVA	INTENSO	1	PLASTICO	4,29	2,90	3,51	3,85	2,30	67
NORMAL	4	OLIVA	INTENSO	5	PLASTICO	3,58	3,47	3,50	3,84	2,30	67
NORMAL	4	OLIVA	SUAVE	1	PLASTICO	3,79	2,90	3,39	3,71	2,30	61
NORMAL	4	OLIVA	SUAVE	5	PLASTICO	4,20	3,17	3,65	4,00	2,30	74
NORMAL	4	VIRGEN EXTRA	ECOLOGICO	0,5	VARIOS	30,60	7,38	13,44	14,73	-	-
NORMAL	4	VIRGEN EXTRA	ECOLOGICO	1	VARIOS	-	-	-	-	-	-
NORMAL	4	VIRGEN EXTRA	ECOLOGICO	5	LATA	-	-	10,40	11,40	-	-

Datos de referencia en el año 2008 de la revista MERCACEI, cálculos efectuados por la Consejería de Agricultura y Pesca.

Las variaciones de precios desde el origen (almazara o almacén) respecto a los precios a los ofertados consumidor, en presentaciones de marcas blancas, se observa un diferencial de precio desde 43 % a 46 % en el aceite virgen extra y de un 33 % en el aceite de oliva, tendiendo a un mayor margen comercial aproximadamente de un 10 % desde el mes de febrero al disminuir los precios en origen, manteniéndose los precios al consumidor final.



Asimismo para los precios del resto de marcas las variaciones de precios de origen respecto a los ofertados al consumidor resultan para el aceite de oliva virgen extra entre un 57 a 69 % según envase y entre 61 a 74 % superior en el aceite de oliva, tendiendo a un mayor margen comercial que resulta variable según las categorías, se observa no obstante un descenso importante en el aceite virgen extra, de aproximadamente un 22 % respecto al precio al consumidor respecto al mes de febrero, manteniéndose el resto de los precios con pequeñas variaciones respecto al consumidor (ver cuadro anterior).

No obstante la diferencia de precios por envase y marcas de aceite de oliva envasado, así como en los distintos establecimientos que comercializan el producto hasta el consumidor hace difícil su valoración y comparación, siendo estos datos de la campaña actual aproximados hasta ultimar un estudio más exhaustivo.

4. Criterios e indicadores de Existencias y Producción Campaña actual 2007/2008

Ante la profusión de datos e informes que se emiten para el Sector del Aceite de oliva, en muchos casos sin la actualización necesaria para un mercado cada vez más globalizado y variable, surge la necesidad de disponer de criterios de evaluación del mismo que nos permita adaptarnos a los cambios importantes que suceden en la comercialización de este producto, además de asegurar el aprovisionamiento de los mercados internacionales y la atención a las necesidades del consumidor, seguidamente se indica la estimación acerca de las Existencias de la campaña 2007/2008 para el último día de los meses estimados, así como las estimaciones de la Producción a nivel Mundial, de España y Andalucía, estas últimas ajustadas con las producciones obtenidas durante los primeros meses de la actual Campaña 2007/2008.



4.1 Criterio e indicador Existencias estimadas a nivel Nacional

*Cuadro de existencias y estimación de aceite oliva por tipo industrias a nivel nacional
Campaña 2006/2007 y Campaña 2007/2008 (meses transcurridos y estimación efectuada)*

CAMPAÑA	MES/CAMPAÑA	Almazaras	Patrimonio	Envasadoras	Total	Proporción Almazaras % (1)	Proporción Envasadoras % (2)	Total % (1y 2)
2005/06	OCTUBRE	124,8	2,2	81,5	208,5	59,9	39,1	98,9
2006/07	NOVIEMBRE	114,6	1,4	76,0	192,0	59,7	39,6	99,3
2006/07	DICIEMBRE	385,9	2,3	80,5	468,7	82,3	17,2	99,5
2006/07	ENERO	652,6	24,2	109,4	786,2	83,0	13,9	96,9
2006/07	FEBRERO	705,0	30,5	130,5	866,0	81,4	15,1	96,5
2006/07	MARZO	669,4	28,9	154,9	853,2	78,5	18,2	96,6
2006/07	ABRIL	605,3	26,2	150,8	782,3	77,4	19,3	96,7
2006/07	MAYO	533,1	19,9	138,5	691,5	77,1	20,0	97,1
2006/07	JUNIO	461,8	15,7	129,7	607,2	76,1	21,4	97,4
2006/07	JULIO	385,6	12,0	117,5	515,1	74,9	22,8	97,7
2006/07	AGOSTO	318,7	9,4	101,0	429,1	74,3	23,5	97,8
2006/07	SEPTIEMBRE	229,8	7,1	94,9	331,8	69,3	28,6	97,9
2006/07	OCTUBRE	121,6	5,5	96,5	223,6	54,4	43,2	97,5
2007/08	NOVIEMBRE	112,3	2,9	89,3	204,5	54,9	43,7	98,6
2007/08	DICIEMBRE	435,5	4,0	92,1	531,6	81,9	17,3	99,2
2007/08	ENERO	730,7	21,9	133,0	885,6	82,5	15,0	97,5
2007/08	FEBRERO	806,2	34,2	154,8	995,2	81,0	15,6	96,6
2007/08	MARZO	775,4	33,0	160,4	968,8	80,0	16,6	96,6
2007/08	ABRIL	708,5	26,2	149,7	884,4	80,1	16,9	97,0
2007/08	MAYO	637,6	21,9	144,2	803,7	79,3	17,9	97,3
2007/08	JUNIO	543,6	18,5	152,7	714,8	76,1	21,4	97,4
2007/08	JULIO	466,6	14,5	142,2	623,3	74,9	22,8	97,7
2007/08	AGOSTO	405,8	12,0	128,6	546,3	74,3	23,5	97,8
2007/08	SEPTIEMBRE	318,9	9,9	131,7	460,5	69,3	28,6	97,9
2007/08	OCTUBRE	204,9	9,3	162,6	376,8	54,4	43,2	97,5

*Datos de referencia de la Agencia para el Aceite de Oliva AOO y cálculos efectuados por la
Consejería de Agricultura y Pesca (Valores expresados en miles de TM.)*



La mayor producción en la Campaña actual 2007/2008, hace prever unos niveles de comercialización estables o ligeramente inferiores, a pesar del mantenimiento de precios en origen, la producción en la campaña próxima aunque previsiblemente normal pero con el condicionante de dotaciones de riego reducidas y la variabilidad climática, así como la inestabilidad de la economía mundial con la revalorización del euro, es posible que dificulte la exportación a nivel internacional del aceite de oliva e incentive el almacenamiento y conservación de mayores cantidades de aceite para disponerlas para el comienzo de la próxima campaña esperando una mayor demanda y por tanto un precio superior en la almazara u operador en origen, más teniendo en cuenta una bajada de estos más importante en los últimos meses.

Asimismo las existencias estimadas para el mes de junio finalizado y el próximo mes de julio pueden ascender a nivel mundial entre 1.100 a 1300 miles de Tm. correspondiendo una proporción de las existencias actuales para España aproximadamente en un 55 %.

Igualmente para final de campaña se prevé que las existencias mundiales sean menores que en la campaña anterior pudiendo ascender entre 450 a 550 miles de Tm. lo que supondrá con las previsiones de reservas calculadas una proporción de existencias a nivel mundial que podrían alcanzar hasta un 80 % y un 40 % para España y Andalucía (376,8 y 162,0 miles de Tm. respectivamente), por lo que durante los próximos meses se puede producir inseguridad en los precios en origen, con una presión hasta final de campaña para disponer el aceite necesario como cantidad de enlace en espera de las producciones de la nueva campaña.



4.2 Criterios e indicadores de Producción

El indicador de la Producción de Aceite de oliva, es con el de existencias, uno de los más manejados y discutidos por parte del Sector, sobre todo las estimaciones de campaña en los momentos de falta de fluidez en los mercados o producciones ajustadas frente a los compromisos de comercialización y exportación.

Comprendiendo que esta estimación puede resultar variable respecto a una campaña irregular, se ha buscado y determinado un indicador de producción que se ajusta a la producción acumulada obtenida en los primeros meses durante la campaña, tanto para Andalucía como a nivel nacional, contrastando con otras estimaciones mediante un valor estadístico calculado y que resulta comparable y equiparable para la producción anual considerada.

Es importante destacar que los valores de producción para la estimación de la campaña 2007/2008 una vez ajustados con los datos de producción acumulados de los meses de noviembre a enero, a nivel nacional puede ascender a 1.247,3 miles de Tm y a nivel de Andalucía a 998,1 miles de Tm. (Datos de producción acumulada de la Agencia para el Aceite de Oliva AOO, estimación efectuada por la Consejería de Agricultura y Pesca CAP), que supondrían un aumento aproximado de un 12,2 % a nivel nacional y un 6,2 % de Andalucía, respecto a las producciones obtenidas en la campaña anterior 2006/2007. El valor medio indicado se ha estimado a partir del intervalo de confianza de 80%, calculado con la proporción acumulada mensual de la producción de aceite, una vez determinada su desviación típica.

Otras estimaciones a tener en cuenta son las realizadas en relación a los Avances de Superficies y Producciones de febrero de 2008 por la Consejería de Agricultura y Pesca CAP y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación MAPA, que asciende a 1.026,4 miles de Tm. para Andalucía y 1.238,0 miles de Tm. a nivel nacional.

Igualmente a nivel mundial se ha estimado una producción para la campaña 2007/2008 inferior en un 1,4 % respecto a la campaña anterior, que ascendería aproximadamente a 2.820,5 miles de Tm. (previsión efectuada por el Consejo Oleícola Internacional COI y recogida en los medios de comunicación).

Considerando el aumento de la producción y teniendo en cuenta las distintas previsiones efectuadas de la campaña 2007/2008, se mantendrá una proporción de producción de Andalucía de un 35,4 % respecto a la producción a nivel mundial, lo que resulta superior a un tercio de la misma, manteniéndose el puesto de mayor región de producción mundial.



Los datos de producción aunque ligeramente inferiores respecto a las estimaciones efectuadas se van confirmando y la campaña actual 2007/2008 ha resultado una campaña de producción normal aún con los condicionantes que se han ido sucediendo durante la misma.

Cuadro de producción y estimación de aceite oliva a nivel nacional y Andalucía
Campaña 2007/2008 (datos meses transcurridos y estimación efectuada)

MES	ZONA	PROD. ACUM. C 07/08	Media Proporciones % cantidad acumulada	DESVIACION TIPICA Media Prop. % cant. acumulada	INTERVALO CONFIANZA PROD. CAMPAÑA (Prob. de 80 %)		ESTIMACION PROD. CAMPAÑA 2007/2008 (Valor medio interv.)
ENERO	ESPAÑA	960,3	76,8	3,3	1215,3	1279,3	1247,3
MAYO	ESPAÑA	1.230,7	100				
ENERO	ANDALUCIA	744,9	74,5	3,4	961,2	1035,0	998,1
MAYO	ANDALUCIA	987,3	100				
ENERO	ALMERIA	8,0	90,3	6,0	8,4	9,1	8,8
MAYO	ALMERIA	8,7	100				
ENERO	CADIZ	5,9	92,8	3,0	6,2	6,5	6,4
MAYO	CADIZ	6,5	100				
ENERO	CORDOBA	162,0	68,7	3,7	231,0	246,5	238,7
MAYO	CORDOBA	242,2	100				
ENERO	GRANADA	59,5	66,8	6,1	83,9	93,7	88,8
MAYO	GRANADA	89,4	100				
ENERO	HUELVA	4,9	98,7	1,6	5,0	5,1	5,1
MAYO	HUELVA	5,0	100				
ENERO	JAEN	396,6	78,0	4,8	487,7	525,1	506,4
MAYO	JAEN	494,6	100				
ENERO	MALAGA	41,8	58,8	4,1	68,0	73,9	70,9
MAYO	MALAGA	68,3	100				
ENERO	SEVILLA	66,0	90,4	4,2	70,9	75,0	73,0
MAYO	SEVILLA	72,4	100				

Datos de referencia de la Agencia para el Aceite de Oliva AOO y cálculos efectuados por la Consejería de Agricultura y Pesca (Valores considerados de producción de España y Andalucía durante las seis últimas campañas, expresados en miles de Tm. y proporciones en tanto por cien).



4.3 Producciones Aceite de oliva y superficie de cultivo

El incremento paulatino de las plantaciones a nivel de Andalucía, nacional o mundial, además de las mejoras de cultivo y su intensificación, producen también expectativas respecto a una mayor producción de Aceite de oliva tanto en Andalucía, como para España y el resto del mundo, pero si bien existe mayor superficie de cultivo y nuevas plantaciones, también se debe considerar los aspectos desfavorables de limitación de recursos, fundamentalmente el agua, con la sequía actual y además tener en cuenta la variabilidad de precipitaciones y elevación de temperaturas medias producidas por el cambio climático, por último tampoco se ha valorado el mayor coste de cultivo y los cambios de escenarios comerciales y de comercio mundial.

Por tanto esta expectativa de mayor producción, pretendida para reducir precios en origen y aumentar las cantidades de comercialización, aún sin conseguirse las cantidades esperadas, se tornan en la mayor parte de los casos en una reducción de renta de los oleicultores y una pérdida de calidad por la disminución o descuido de las “buenas prácticas” para la obtención de aceites de calidad.

Asimismo se están haciendo estimaciones de aumentos de producción para la campaña 2008/2009 con evaluaciones optimistas a nivel mundial por la entrada en producción de nuevas plantaciones y a nivel nacional con la situación del cuajado de frutos en el cultivo del olivo y la repercusión de las precipitaciones que se produjeron durante el mes de mayo; no deja de ser prematuro aventurarse a estimaciones de producción con estos referentes, siendo más prudente evaluar y considerar como referente las medias de producciones de los periodos de 5 a 7 campañas anteriores para considerar la evolución del cultivo del olivar y la influencia de las nuevas plantaciones que entran en producción.

La media de los periodos de 5 ó 7 campañas se adaptan a los periodos de entrada en producción de sistemas de cultivo intensivo o superintensivo, comprendiéndose por ello esta media un valor aproximado para valorar la producción de la próxima campaña, pudiendo añadir el incremento medio anual producido durante este periodo, preveyéndose una producción aproximada a nivel mundial de unas 2.900 miles de Tm. y a nivel de España puede resultar una producción de 1.150 miles de Tm. en espera de las previsiones que se puedan ir realizando a primeros de campaña.

Aunque se considera un incremento anual a nivel mundial de 150 millones de Ha. de cultivo y entre 100 a 150 miles de Tm. en cuanto a producción de aceite de oliva, estas cantidades de incrementos de producción no se confirman a las medias de incremento de producción mundial que ascienden anualmente una media entre 49 y 69 miles de Tm. en los últimos periodos de las 6 y 7 últimas campañas, considerando que el incremento de producción tiende a disminuir cuando los periodos considerados son menores y el consumo a nivel mundial aumenta de forma constante unas 60 miles de Tm. Respecto a España el consumo presenta un estancamiento o un ligero descenso siendo nuestro país un claro exportador a nivel mundial con una cuota de un 18 % de abastecimiento del consumo mundial de aceite de oliva, una vez atendida la demanda de consumo interior.



CAMPAÑA	PROD. MUNDIAL	INCREMENTO PRODUCCION CAMP. ANTERIOR	CONSUMO MUNDIAL (1)	INCREMENTO CONSUMO CAMP. ANTERIOR	DIF. PROD. Y CONSUMO (2)	ESTIM. EXIST. FINAL CAMP. MUNDIAL	PROPORCIÓN EXIST./PROD. (%)	PROPORCIÓN DIF. PROD. Y CONSUMO (2) / CONSUMO (1) (%)
1997/98	2465,5	-129,5	2381,5	140,0	84,0	384	16	3,5
1998/99	2402,5	-63,0	2413,0	31,5	-10,5	374	16	-0,4
1999/00	2374,5	-28,0	2442,5	29,5	-68,0	306	13	-2,8
2000/01	2565,5	191,0	2590,5	148,0	-25,0	281	11	-1,0
2001/02	2825,5	260,0	2606,5	16,0	219,0	500	18	8,4
2002/03	2495,5	-330,0	2677,5	71,0	-182,0	318	13	-6,8
2003/04	3174,0	678,5	2882,5	205,0	291,5	609	19	10,1
2004/05	3013,0	-161,0	2923,5	41,0	89,5	699	23	3,1
2005/06	2572,5	-440,5	2690,5	-233,0	-118,0	581	23	-4,4
2006/07	2859,5	287,0	2907,5	217,0	-48,0	533	19	-1,7
2007/08	2820,5	-39,0	2926,5	19,0	-106,0	427	15	-3,6

MEDIA 10	2.675	26	2.652	67	23	458	17	0,8
MEDIA 7	2.787	69	2.754	66	32	546	20	0,7
MEDIA 6	2.823	49	2.781	53	42	540	19	1,5
MEDIA 5	2.823	7	2.816	60	7	548	19	0,1

CAMPAÑA	PROD. ESPAÑA	INCREMENTO PRODUCCION CAMP. ANTERIOR	CONSUMO ESPAÑA	INCREMENTO CONSUMO CAMP. ANTERIOR	DIF. PROD. Y CONSUMO ESPAÑA (3)	ESTIM. EXIST. FINAL CAMP. ESPAÑA	PROPORCIÓN EXIST./PROD. (%)	PROPORCIÓN DIF. PROD. Y CONSUMO (3) / CONSUMO (1) (%)
1997/98	1077,0	129,7	550,4	80,2	526,6	285	26	22
1998/99	791,9	-285,1	528,5	-21,9	263,4	400	51	11
1999/00	669,1	-122,8	502,6	-25,9	166,5	183	27	7
2000/01	937,7	268,6	580,8	78,2	356,9	133	14	14
2001/02	1411,4	473,7	631,2	50,4	780,2	324	23	30
2002/03	861,1	-550,3	591,3	-39,9	269,8	96	11	10
2003/04	1412,0	550,9	613,9	22,6	798,1	315	22	28
2004/05	989,8	-422,2	615,7	1,8	374,1	224	23	13
2005/06	824,6	-165,2	477,8	-137,9	346,8	211	26	13
2006/07	1095,6	271,0	570,0	92,2	525,6	224	20	18
2007/08	1247,3	151,7	625,0	55,0	622,3	377	30	21

MEDIA 10	1.007	15	566	10	441	239	24	17
MEDIA 7	1.076	61	583	10	493	218	20	18
MEDIA 6	1.099	26	583	-2	516	232	21	19
MEDIA 5	1.037	-63	574	-12	463	214	20	16

Datos de referencia a nivel mundial del Consejo Oleícola Internacional COI y de la Agencia para el Aceite de Oliva AOO a nivel de España, cálculos efectuados por la Consejería de Agricultura y Pesca (Valores expresados en miles de TM.) y proporciones en tanto por ciento respecto al Consumo mundial



Es conveniente valorar que si bien el aumento anual de producción está absorbido por el incremento regular de consumo, las producciones agrícolas son variables según cada campaña y la distribución de alimentos esta condicionada a su vez, por la concentración de empresas que se está afianzando en el ámbito alimentario a nivel mundial, ante la crisis en otros sectores económicos, que pueden provocar distorsiones en el Sector del Aceite de oliva, ya que éstas pueden trabajar con grandes volúmenes y por lo tanto con otros márgenes comerciales, pudiendo acumular reservas o ajustar los precios de compra en origen según las cantidades necesarias para su envasado y comercialización.

En este sentido se considera que el desvío de las producciones de cereal y oleaginosas a la obtención de carburantes, que está provocando un mayor precio de los aceites vegetales de menor coste de producción, compitiendo el uso industrial con el uso alimentario, pueden dar origen a un mayor consumo del aceite de oliva.

Por último la implantación de nuevas plantaciones o de nuevas prácticas que aumentan la producción (intensificación, recolección mecanizada, etc.), no debería considerarse solo como el factor determinante de expansión y mejora del mercado de aceite que suponga el detrimento de la calidad de Aceite de oliva, ya que la diferenciación a través de la calidad y normalización de los productos, consigue una comercialización con distintos precios según las calidades obtenidas y es una de las características que le permiten la estabilidad y ampliación de mercados, tanto a nivel nacional como internacional.

5. Conclusiones

La situación en la comercialización con variabilidad de precios en origen, dificultades de abastecimiento de mercados exteriores y reducción de consumo a nivel nacional, generada durante las campañas anteriores, debida fundamentalmente por la menor disponibilidad en el mercado nacional y mundial de aceite de oliva y acompañada del incremento de consumo a nivel internacional, así como los altos precios alcanzados tanto en su comercialización a granel como del producto envasado, se ha normalizado y estabilizado por la producción y precios obtenidos durante la Campaña 2006/2007.

Asimismo teniendo en cuenta la producción de la campaña pasada y las obtenidas para la Campaña 2007/2008 con un ligero aumento de la misma tanto en Andalucía, como a nivel nacional en España, puede permitir al Sector mantener unos precios estables y similares a los de final de Campaña 2006/2007 a nivel de adquisición de aceite en almazara o salida en bodega y también los precios de venta al consumidor.

El mantenimiento de precios del producto primario debería en la misma medida además de permitir mayor estabilidad a los precios de consumo, mantener la recuperación del consumo interno a nivel de España y la recuperación o el incremento paulatino en algunos países de las exportaciones. Estas tradicionalmente se han desarrollado dentro de la Unión Europea, pero empiezan a dirigirse también a otros destinos, como son Estados Unidos y Japón.



Se observa por otro lado el incremento de importaciones con países terceros, concretamente con Túnez, preveyéndose un mayor protagonismo de España en la comercialización del Aceite de oliva a nivel mundial.

Teniendo en cuenta los datos recogidos en este informe no se puede hacer todavía una previsión definitiva de los precios que alcanzará el aceite durante el resto de la Campaña 2007/2008, si bien considerando la producción obtenida en Andalucía y a nivel nacional, la comercialización de otras campañas y los meses transcurridos de la campaña actual (datos disponibles de noviembre a mayo de 2007), se comprende que respecto a la exportación puede ser similar o ligeramente superior a la campaña anterior, resultando compleja su estimación debido a la situación económica mundial, asimismo respecto a los precios de comercialización se prevé que permanezcan estables y similares a la campaña anterior tanto para la venta a granel como para el consumidor, aunque puedan existir ligeras fluctuaciones en relación a los precios que puedan producirse en los precios en almazara o salida en bodega.

También indicar que la comercialización a través de la exportación, se mantendrá fundamentalmente dirigida a países de la Unión Europea, quedando como expectativa a medio plazo la exploración de nuevos mercados y las exportaciones extracomunitarias que puedan realizarse desde Andalucía y también desde España.

Destacar que la estimación de la producción para la actual Campaña 2007/2008, permitirá el abastecimiento del mercado y la estabilidad de los precios por el previsible aumento de producción a nivel de Andalucía que puede suponer hasta el 6,2 % respecto a la campaña anterior, manteniéndose no obstante hasta el momento, unos índices de comercialización ligeramente inferiores a los que se produjeron en la Campaña anterior.

Sevilla 27 de junio de 2008
Servicio de Ordenación de la Oferta



6. Relación de páginas web de fuentes citadas o de interés

- COI (Consejo Oleícola Internacional) <http://www.internationaloliveoil.org/>
- MAPA (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación)
AAO (Agencia para el Aceite de Oliva, a nivel estatal) <http://www.mapa.es/>
- CAP (Consejería de Agricultura y Pesca, a nivel de Andalucía)
<http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/>
- ICEX (Instituto de Comercio Exterior) <http://www.icex.es/>
- INFAOLIVA (Federación Española Industriales Fabricantes de Aceites de Oliva)
<http://www.aceiteyolivos.com/>
- ANIERAC (Asociación Nacional Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites comestibles) <http://www.anierac.com/default.htm>
- ASOLIVA (Asociación Española Industria y Comercio Exportador de Aceite de Oliva) <http://www.asoliva.com/home.htm>
- CCAE (Confederación Cooperativas Agrarias de España)
http://www.ccae.es/ccae/1/1_1.asp
- POOL red (Información Precios de origen de Aceite de Oliva. Fundación Promoción y desarrollo del Olivar y Aceite de Oliva) <http://www.oliva.net/poolred/>
- MFAO (Sociedad Rectora de Mercados de Futuros del Aceite de Oliva S.A.)
<http://www.mfao.es/inicio/>
- MERCACEI (Edimarket Editores) <http://www.mercacei.com/>
- INE (Instituto Nacional de Estadística. Datos de Población y Encuesta Industrial Anual de productos, que incluye también el aceite de oliva referido a España)
<http://www.ine.es/>

