



Unidad de Prospectiva

•  
•  
•  
•  
•  
•  
•

# Situación del mercado del aceite de oliva en la campaña 2000/2001

Mayo de 2001



Empresa Pública Desarrollo Agrario y Pesquero  
CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA

## INDICE

|  |    |
|--|----|
| 1.- INTRODUCCIÓN.....  | 3  |
| 2.- EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS.....  | 4  |
| 3.- FACTORES QUE INFLUYEN EN EL PRECIO DEL ACEITE DE OLIVA.....                              | 7  |
| 3.1- PRODUCCIÓN PROPIA.....  | 7  |
| 3.2- PRODUCCIÓN DE TERCEROS PAISES.....  | 8  |
| 3.3- EXTISTENCIAS.....   | 9  |
| 3.4- IMPORTACIONES.....  | 10 |
| 3.5- EXPORTACIONES.....  | 12 |
| 3.6- CONSUMO.....  | 14 |
| 3.7- MECANISMOS DERIVADOS DE LA ORGANIZACIÓN COMÚN DE MERCADO.....                           | 15 |
| 3.8- MECANISMOS DE MANTENIMIENTO DE PRECIOS PUESTOS EN MARCHA POR LOS PRODUCTORES.....       | 17 |
| 4.- CONCLUSIONES SOBRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS PRECIOS.....                         | 18 |
| 5.- BALANCE ACTUAL.....  | 20 |
| 6.- CONTRASTE DE ESTIMACIONES REALIZADAS.....  | 23 |
| 7.- ESTIMACIONES DE EXISTENCIAS A FINALES DE LA CAMPAÑA DE<br>COMERCIALIZACIÓN 2.000/01..... | 25 |

## **1.- INTRODUCCIÓN**

En la pasada campaña de comercialización de aceite de oliva (1.999-2.000), y ante la bajada de precios que experimentó el sector desde el comienzo de la misma, la Consejería de agricultura y Pesca planteó la elaboración de un informe que analizase la situación del momento y su posible evolución. Un año después, y a través del presente informe, se pretende actualizar los datos que reflejan la situación actual así como evaluar las hipótesis que se hicieron en su momento sobre la evolución del sector.

En primer lugar se exponen los datos disponibles sobre precios para analizar la evolución de los mismos.

A continuación, se identifican y analizan los diferentes factores de mercado que inciden en los precios del aceite de oliva, así como los mecanismos previstos en la Organización Común de Mercado y en el sector productor para el sostenimiento de los precios.

Una vez conocidos estos factores se estudiará su interrelación con el objeto de caracterizar los puntos claves a utilizar como futuros indicadores de la tendencia de los precios en el aceite de oliva.

Finalmente, se contrastará la situación real a comienzos de la presente campaña con los distintos supuestos establecidos en el anterior informe y se realizarán nuevos supuestos sobre la situación del mercado y las existencias a finales de la presente campaña.

## 2.- EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS

Italia, Grecia y España contribuyen con un 75% a la producción mundial. El comportamiento de sus mercados tiene por tanto una importante incidencia en los precios del resto de los países de la UE y en los países productores no comunitarios, así como en los precios de los aceites que estos últimos destinan a la exportación.

Durante la campaña 1.999/00, los precios en origen del aceite de oliva virgen extra en los tres mercados más representativos, Italia, Grecia y España, experimentaron una tendencia descendente, llegando a ser de media un 15,2% más bajos que en la campaña anterior.

Esta tendencia es el resultado de la combinación de distintos factores:

- Las existencias a comienzos de la campaña (671.000 toneladas), concentradas en un 84% en la UE, fueron superiores a las necesidades normales de enlace.
- La producción comunitaria de 1.999/00 fue superior a la esperada, no ajustándose a las previsiones iniciales, a lo que se sumó el hecho de que el comportamiento del consumo no fuera tampoco el esperado.

Las cotizaciones medias del aceite de oliva refinado experimentaron una evolución similar a las cotizaciones del aceite de oliva virgen extra. (OLIVAE, nº84- diciembre 2000).

A continuación se presenta el nivel de precios para la primera semana de abril del presente año en los dos principales países productores de aceite de oliva de la Unión Europea, Italia y España. Se han tomado los mercados de Bari, en Italia y los de Córdoba, Sevilla y Jaén en España como representativos de cada uno de los países.

Tabla 1: Precios de aceite de oliva, virgen y refinado, y del aceite de orujo en la primera semana de abril de 2.001 en España e Italia.

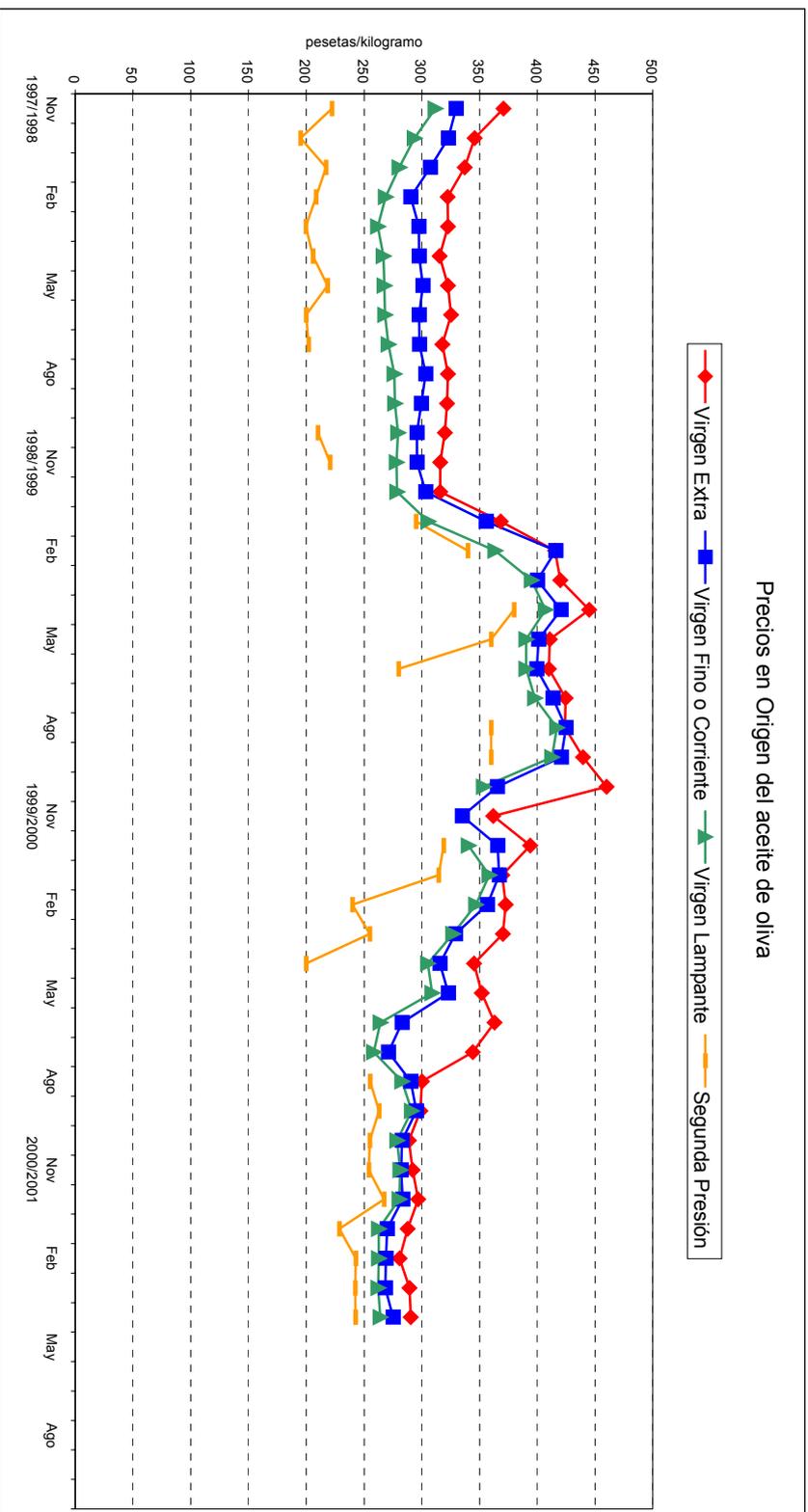
|                              | Precios del 2 al 8 de abril (pesta/kilogramo) |         |
|------------------------------|---|---------|
|                              | España  | Italia  |
| Aceite de oliva virgen extra | 275/300                                       | 447/490 |
| Aceite de oliva refinado     | 280/285                                       | 275/305 |
| Aceite de orujo refinado     | 160/167                                       | 159/163 |

Fuente: Mercacei, nº 305, 2/8 abril 2001

A continuación se presenta la evolución de los precios de aceite de oliva en España para lo que se ha usado el sistema de información de precios en origen del aceite de oliva POOLred España. Esta institución recoge información en tiempo real de las operaciones de compra venta a granel en las 23 provincias productoras.

Los precios que se muestran corresponden a la media mensual calculada por POOLred para la mercancía a granel a la salida de bodega en las cuatro últimas campañas de comercialización y diferenciando según la calidad del aceite de oliva.

Gráfico 1: Precios mensuales (ptas/kg) de aceite de oliva virgen en origen para las cuatro últimas campañas según calidades de aceite de oliva.



Fuente: Poolred (Sistema de información de precios en origen del aceite de oliva). Fundación del Olivar

Durante los cinco meses que llevamos de campaña, los precios han estado prácticamente estabilizados en torno a las 275 pesetas por kilogramo. Este nivel de precios es bajo si lo comparamos con las campañas precedentes, encontrándose incluso, por debajo de los precios de la campaña 97/98. En esta campaña 97/98 se alcanzó un nivel récord de producción en nuestro país, si bien la calidad del mayor porcentaje de este aceite no fue óptima como consecuencia de las abundantes lluvias acontecidas durante la recolección de la aceituna.

Es de destacar también la escasa diferencia de precios existente entre las diferentes calidades de aceite de oliva virgen. Si en otras campañas esta diferencia ha llegado a alcanzar las 100 pesetas por kilogramo, en estos momentos se encuentra en torno a las 30 pesetas por kilogramo. (Mercacei, nº305 2/8 de abril 2001).

Actualmente los productores se mantienen firmes, sin realizar muchas operaciones, ya que no tienen problemas de almacenamiento y se pueden permitir una mejor planificación de las ventas, guardando los escasos aceites de alta calidad, en espera de una mejor situación del mercado, y dando salida al abundante lampante con operaciones de mayor volumen, pero sin forzar caídas de precios, situación que iría en detrimento de todo el sector oleícola (Futuroлива, nº10, abril 2001).

Por otra parte, la bajada de precios en origen de la anterior campaña tardo varios meses en verse reflejada en los precios de venta al público. Esta situación provocó el estacionamiento de la demanda, no dándose salida de una forma fluida a los aceites que existían en origen.

Para la primera semana de abril de 2001 los precios del aceite de oliva virgen extra para distintas marcas blancas se encontraban entre 654 y 468 pesetas por litro y el aceite de oliva entre 289 y 329 pesetas por litro. (Mercacei, nº305 2/8 de abril 2001)

Las ventas de aceite de oliva virgen extra han crecido más de un 25% en el último año. La buena calidad del aceite la campaña pasada y los precios ajustados de este tipo de aceite, especialmente en los híper, super y marcas blancas en envases de cinco litros, han facilitado esta subida. El aumento de las ventas de virgen extra superó las 10.000 toneladas. También ha influido el progresivo conocimiento de los consumidores y de las amas de casa sobre las virtudes culinarias, gastronómicas y saludables de los aceites de oliva virgen extra frente a los tradicionales refinados. El orujo de oliva ha experimentado una sensible bajada en su volumen comercializado, que ha sido ligeramente superior a las 10.000 toneladas (Alcuza, nº40, febrero 2000).

### 3.- FACTORES QUE INFLUYEN EN EL PRECIO DEL ACEITE DE OLIVA

El precio del aceite de oliva, al menos teóricamente, se verá afectado por la relación existente entre la oferta y la demanda.

A nivel mundial la oferta vendrá determinada por la producción y los remanentes existentes de campañas anteriores y la demanda por el consumo.

Centrándonos en la Unión Europea y más concretamente dentro de cada uno de los Estados miembros el nivel de precios alcanzado en cada uno de ellos se verá condicionado por los siguientes factores:

- Su producción propia
- La producción del resto de los países productores
- Las existencias de campañas anteriores
- Las importaciones
- Las exportaciones
- El consumo
- Mecanismos derivados de la Organización Común de Mercado
- Mecanismos de control de precios propuestos por los productores

En los apartados siguientes se desglosarán los factores que inciden en los precios del aceite de oliva en España.

#### 3.1- PRODUCCIÓN PROPIA

A partir de la estimación de la producción de aceite para Andalucía efectuada por la Unidad de Prospectiva, se ha realizado una aproximación a la producción total española con derecho a ayuda, empleando el avance de superficie y producción del MAPA de enero de 2.001. Los resultados de dicha estimación se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 2: Producción total española con derecho a ayuda calculada a partir de la estimación de producción de aceite de oliva realizada por la Unidad de Prospectiva.

| <b>Concepto</b>   | <b>Toneladas</b>        |
|---|-------------------------|
| Producción de aceite en Andalucía <sup>1</sup>                    | 886.700                 |
| Producción de aceite en el resto de España <sup>2</sup>           | 116.100                 |
| <b><i>Estimación producción española de aceite</i></b>            | <b>1.002.800</b>        |
| <i>8% orujo</i>   | 80.224                  |
| Producción de aceituna de mesa en Andalucía <sup>3</sup>          | 276.000                 |
| Producción de aceituna de mesa en el resto de España <sup>2</sup> | 45.700                  |
| <b><i>Estimación producción española de aceituna de mesa</i></b>  | <b>321.700</b>          |
| <b><i>11.5% aceituna de mesa con derecho a ayuda</i></b>          | <b>36.996</b>           |
| <b><u>Estimación producción total con derecho a ayuda</u></b>     | <b><u>1.120.020</u></b> |

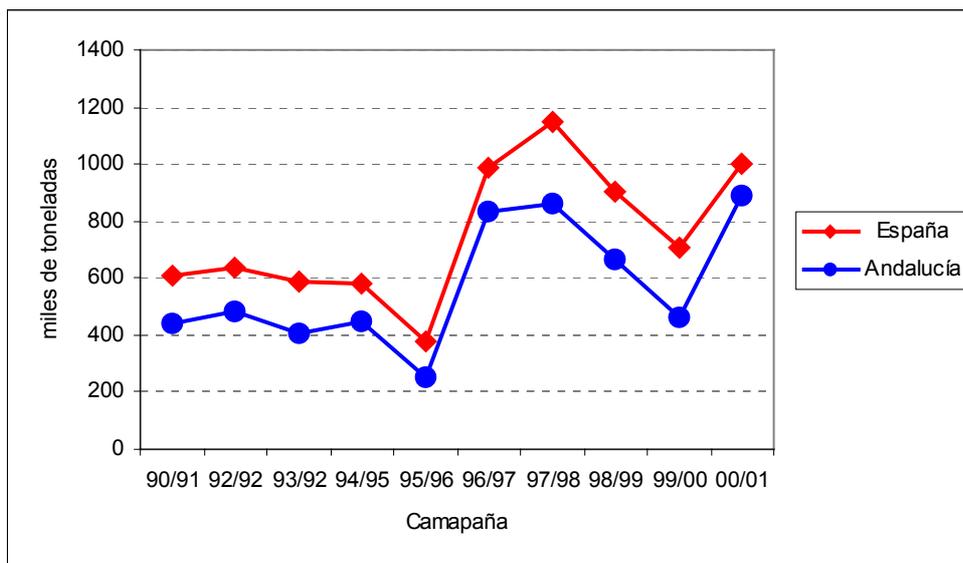
<sup>1</sup> Fuente: Estimación Unidad de Prospectiva (marzo 2001)

<sup>2</sup> Fuente: Avances de superficies y producciones, MAPA (enero 2001)

<sup>3</sup> Fuente: Consejería de Agricultura y Pesca (marzo 2001)

Considerando este nivel de producción con derecho a ayuda, la penalización para España sería de un 32% y la ayuda percibida se reduciría hasta 150 pesetas / kg de aceite.

Gráfico 2: Evolución de la producción de España y Andalucía en la última década.



La producción de esta última campaña, si bien no alcanza los niveles récord alcanzados en la campaña 1.997/98, puede ser considerada una buena cosecha.

La Agencia para el aceite de oliva a 3 de mayo de 2.001 fijaba la producción de aceite de oliva para España en una cifra inferior a la obtenida por la Unidad de Prospectiva, 930.300 toneladas. Según esta Agencia la producción en Andalucía estaría en 816.371 toneladas, en Castilla La Mancha en 42.211 toneladas, en Extremadura en 28.009 toneladas y en Cataluña en 17.045 toneladas.

### 3.2- PRODUCCIÓN DE TERCEROS PAISES

La producción mundial en la campaña 1.999/00 ascendió a 2.248.000 toneladas, cifra superior a las estimaciones realizadas a comienzos de campaña por el COI (2.107.900 toneladas). Este incremento ha sido debido fundamentalmente a la actualización de las cifras de Argelia, Croacia, la Unión Europea y Egipto. Aún así se mantiene por debajo de la producción media del cuatrienio 1995/96-1998/99 (2.229.000 toneladas).

En lo que respecta a la campaña 2000/01, según las primeras estimaciones del COI cabe señalar que se espera una producción mundial de 2.553.500 toneladas. Aunque excelente estaría por debajo de la cifra récord de 2.595.000 toneladas.

Se prevé que los primeros productores sean la Unión Europea (1.912.000 toneladas), Siria (165.000 toneladas), Túnez (150.000 toneladas) y Turquía (180.000 toneladas). (OLIVAE, nº84-diciembre 2000).

Si bien el COI da cifras de producción de aceite de oliva bastante altas para la presente campaña, más de dos millones y medio de toneladas, observamos que España alcanzará una producción alta, aún si llegar a niveles máximos, Italia, segundo productor a nivel mundial espera una cosecha bastante baja, 318.000 toneladas, inferior a la mitad de la producción de la anterior campaña y la suma de la producción de los otros tres países comunitarios productores también es inferior a la de la campaña pasada.

Tabla 3: Producción de los principales países productores de aceite de oliva de la Unión Europea en las últimas cinco campañas.

|              | PRODUCCIÓN DE ACEITE (Miles de Tm) |                |                |                |                |
|--------------|------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|              | 96/97                              | 97/98          | 98/99          | 99/00*         | 00/01**        |
| España       | 986,7                              | 1.147,0        | 900,0          | 754,5          | 1.002,8        |
| Italia       | 410,0                              | 712,8          | 452,3          | 700,0          | 318,2          |
| Grecia       | 494,2                              | 492,4          | 562,5          | 441,0          |                |
| Portugal     | 37,0                               | 39,6           | 33,9           | 47,0           | 360,0          |
| Francia      | 2,4                                | 2,5            | 2,4            | 2,8            |                |
| <b>UE</b>    | <b>1.930,3</b>                     | <b>2.394,3</b> | <b>1.951,1</b> | <b>1.945,2</b> | <b>1.798,0</b> |
| <b>Mundo</b> | <b>2.590,0</b>                     | <b>2.447,7</b> | <b>2.374,4</b> | <b>2.248,0</b> | <b>2.553,5</b> |

Fuente: Consejo Oleícola Internacional

(\*) Campaña 1.999/2.000: Dato provisional

(\*\*) Campaña 2.000/2.001: Previsiones

España: Unidad de Prospectiva de la Consejería de Agricultura y Pesca

Italia : Istat (28/2/2001)

Grecia, Portugal y Francia: Dato conjunto para estos países proporcionado por Istat (23/11/2000)

Por otro lado la Oficina Nacional Tunecina del Aceite de oliva ha informado que la producción de aceite de oliva en este país ha descendido un 16,66%, situándose en la campaña 2.000/01 en unas 150.000 toneladas, frente a las 180.000 toneladas que declararon en la campaña anterior. (Mercacei, nº 305, 2/8 abril 2001).

En Turquía, segundo productor de la Cuenca Mediterránea no europeo, se estima esta campaña una buena cosecha, 180.000 toneladas frente a las 54.000 toneladas de la campaña 1.999/00. (Olivae, nº84, diciembre 2.000)

### 3.3- EXISTENCIAS

Las existencias a nivel mundial al inicio de la campaña han sido de 443.500 toneladas, unas 45.000 toneladas menos que las anteriores estimaciones realizadas por el COI. A final de campaña el remanente se estima que ascenderá a 508.000 toneladas, equivalente a las necesidades de consumo de dos meses y medio. (Olivae, nº84, diciembre 2.000)

Según la Agencia para el aceite de oliva las existencias en España a comienzos de campaña ascendían a 183.000 toneladas.

Las existencias a nivel de España han descendido por tanto en casi 200.000 toneladas en comparación con la anterior campaña. A nivel mundial el descenso de las existencias ha sido de unas 230.000 toneladas, es decir, se debe principalmente al descenso de existencias en España.

A fecha de 31 de marzo, según la Agencia para el aceite de oliva, el volumen de existencias era de 703.300 toneladas, distribuidas entre almazaras con 571.600 toneladas, industrias envasadoras con 83.400 toneladas y los almacenes del Patrimonio Comunal Olivarero con 38.300 toneladas. De estas existencias 40.000 toneladas se encuentran inmovilizadas quedando por tanto disponibles 663.600 toneladas.

Estas cifras se verán incrementadas por la producción de marzo, ya que las lluvias han retrasado la recogida de aceitunas en algunas zonas, aumentando los costes de recolección y perjudicando claramente a la calidad del aceite de oliva.

Tabla 4: Serie histórica de las existencias a fin de campaña (31 de octubre) en los principales países productores de la UE y en el mundo (miles de toneladas)

|                      | <b>Existencia a final de campaña (miles de toneladas)</b> |              |              |              |               |               |
|----------------------|---|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
|                      | <b>95/96</b>  | <b>96/97</b> | <b>97/98</b> | <b>98/99</b> | <b>99/00*</b> | <b>00/01*</b> |
| <b>España</b>        | 42,4  | 152,2        | 286,1        | 400,3        | 380,3         | 183,7         |
| Italia               | 49,9  | 16,2         | 187,1        | 69,1         | 69,1          |               |
| Grecia               | 36,5  | 88,2         | 93,2         | 141,2        | 141,2         |               |
| Portugal             | 9,8   | 10,0         | 7,0          | 6            | 6,0           |               |
| Francia              | 3,0   | 6,7          | 7,9          | 7,9          | 7,9           |               |
| <b>Total UE</b>      | <b>141,6</b>  | <b>273,3</b> | <b>581,3</b> | <b>624,5</b> | <b>604,5</b>  |               |
| <b>Total Mundial</b> | <b>177,1</b>  | <b>567,8</b> | <b>675,3</b> | <b>737,0</b> | <b>671,0</b>  | <b>443,5</b>  |

Fuente: Consejo Oleícola Internacional. (\*) Previsiones

### 3.4- IMPORTACIONES

Las importaciones globales de aceite de oliva tuvieron una importante subida desde la campaña de comercialización 1.997/98 a la 1.998/99 pasando de 35.847 toneladas a 117.723 toneladas. Si embargo en la campaña pasada, 1.999/00, se produjo un gran descenso de las mismas pasando a 19.074 toneladas. En la presente campaña, de noviembre a marzo, las importaciones ascendieron a algo más de 1.300 toneladas, encontrándose en niveles "prácticamente despreciables y históricamente bajos". Según la Agencia para el aceite de oliva en lo que llevamos de campaña las importaciones han descendido un 89,8% sobre la campaña anterior.

España importa aceite de oliva principalmente de Túnez y Turquía. En 1.998 el 49,2% de las importaciones procedieron de Túnez (15.547 toneladas) y el 22,4% de Turquía (7.072 toneladas). Como ya se ha mencionado, en 1.999 las importaciones crecieron considerablemente e importamos de Túnez 56.022 toneladas, el 58,7% del total de importaciones y de Turquía 15.983 toneladas.

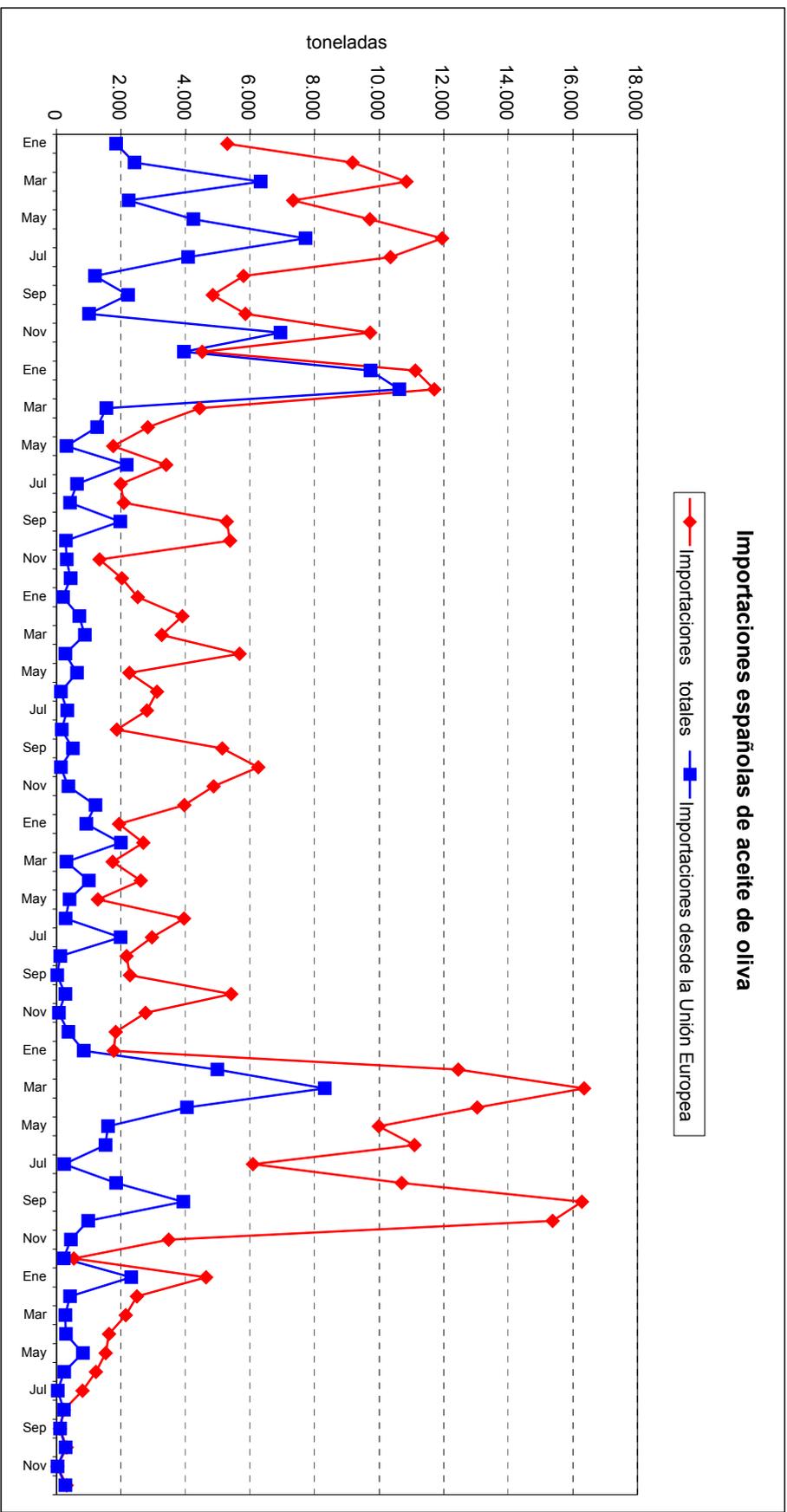
En las últimas negociaciones de la Comisión Europea con Túnez, referentes a la mejora de las concesiones en materia agrícola, dentro del marco del Acuerdo Euromediterráneo se hicieron concesiones por ambas partes para la liberalización de los intercambios. En el sector del aceite de oliva se aprobó incrementar progresivamente el contingente de aceite de oliva que entra en la Unión Europea con condiciones preferenciales en 10.000 toneladas, desde las 46.000 establecidas hasta el año 2.000 hasta las 56.000 que se alcanzarán dentro de unos años. También se ha modificado el arancel, pasando de ser un arancel reducido a ser un arancel cero.

En el año 2.001 el contingente será de 50.000 toneladas. Las cantidades máximas por mes que podrán acceder al mercado de la UE son 1.000 toneladas en enero, 1.000 en febrero, 4.000 en marzo, 8.000 en abril y 10.000 mensuales entre mayo y octubre. (Agroeuropa, nº688 del 12 de febrero de2001)

El aceite de oliva es el principal producto de exportación de Túnez, y aunque esta liberalización es perjudicial para los intereses del sector oleícola español no se trata de una cantidad importante si se compara con el conjunto de la producción de la UE que en un año normal puede superar de largo el millón y medio de toneladas.

A continuación se presenta un gráfico que muestra cómo han evolucionado las importaciones españolas de aceite de oliva en los seis últimos años.

Gráfico 3: Importaciones Españolas de aceite de oliva , totales y desde la Unión Europea , en las seis últimas campañas.



### 3.5- EXPORTACIONES

El principal destino de nuestras exportaciones de aceite de oliva es la Unión Europea y más concretamente Italia, Francia y Portugal. En 1.999 exportamos 68.115 toneladas a Italia, 46.978 toneladas a Francia y 29.290 a Portugal lo que representa el 30,1%, 20,8% y 12,9% del total exportado por España respectivamente.

En cuanto a la exportaciones extracomunitarias los principales destinos son Estados Unidos, Australia y Japón con el 5,6%, 4,9% y 3,5% del total exportado en 1.999 (Comext, Eurostat).

Tabla 5: Serie histórica de las exportaciones totales de España y de Andalucía, a la Unión Europea y a Italia.

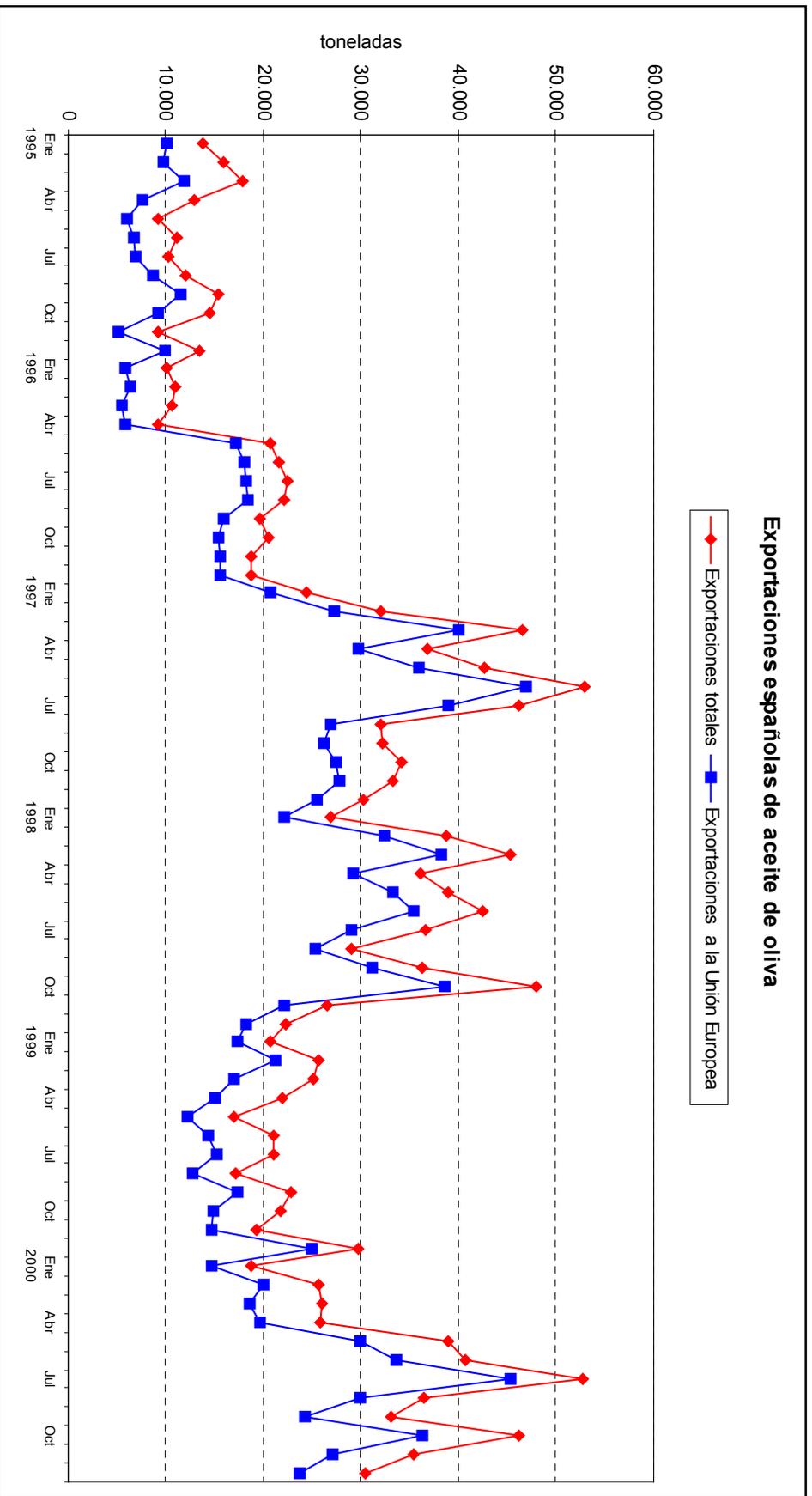
|                           | Exportaciones de aceite de oliva (Toneladas) |         |         |         |         |         |         |         |
|---------------------------|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|                           | 1.993  | 1.994   | 1.995   | 1.996   | 1.997   | 1.998   | 1.999   | 2.000   |
| <b>Andalucía-Total</b>    | 113.780                                      | 131.568 | 89.081  | 131.261 | 105.487 | 261.733 | 157.615 | 262.658 |
| <b>Andalucía -UE</b>      | 92.826                                       | 116.753 | 69.750  | 105.399 | 234.422 | 225.765 | 13.678  | 219.166 |
| <b>Andalucía - Italia</b> | 52.887                                       | 61.163  | 19.138  | 54.365  | 160.122 | 125.966 | 49.386  | 117.728 |
| <b>España - Total</b>     | 212.382                                      | 257.529 | 156.017 | 205.715 | 434.289 | 416.722 | 263.368 | 410.188 |
| <b>España - UE</b>        | 200.288                                      | 103.297 | 103.297 | 157.618 | 363.875 | 344.278 | 196.842 | 322.694 |
| <b>España - Italia</b>    |  | 113.196 | 30.782  | 84.770  | 254.139 | 210.645 | 7.848   | 187.324 |

Fuente: ICEX

Según datos de la Agencia del aceite de oliva, a 31 de marzo, las exportaciones superaban en un 52,5% a las exportaciones del año anterior para el mismo periodo con 174.200 toneladas, estableciéndose un récord histórico. Las exportaciones a Italia están funcionando bien, con un global de 30.00 toneladas al mes.

La cadena comercial española en cuanto a aceite de oliva envasado no se encuentra muy desarrollada, sin embargo últimamente las exportaciones de aceite envasado se han incrementado de una forma espectacular, duplicándose en lo últimos cinco años.

Gráfico 4: Exportaciones Españolas de aceite de oliva , totales y a la Unión Europea, en las seis últimas campañas



### 3.6- CONSUMO

La mejora de la calidad y de la imagen del producto desde el punto de vista del binomio gastronomía/salud ha provocado un importante incremento del consumo mundial en los últimos veinte años, pasando de una media por campaña de 1.589.000 toneladas en el periodo 1.979/80-1.981/82 a 2.230.000 toneladas durante el cuatrienio 1.995/96-1.998/99, lo que representa un incremento del 40%.

El consumo mundial en la campaña 1999/00 ascendió a 2.422.000 toneladas, como resultado del significativo aumento del consumo en algunos países (Argelia, Croacia, Israel y Siria), si bien el consumo de otros países no productores disminuyó (Australia, Japón y Brasil).

El COI estima que en la actual campaña el consumo mundial ascenderá a 2.484.500 toneladas, lo que confirmaría el crecimiento sostenido durante la última década.

Está previsto que durante 2.000/01 el consumo aumente principalmente en la Unión Europea y en países no productores como Australia, Brasil, Estados Unidos, Canadá y Japón (más de 19.000 toneladas en total). ( OLIVAE, nº84- diciembre 2000).

El principal consumidor de aceite de oliva a nivel mundial es la Unión Europea, destacando dentro de ella Italia seguida de España y Grecia. La media de consumo de la Unión Europea es apenas una tercera parte de la española. En los países del centro y del norte de Europa los consumos son muy bajos.

Según la información de la Asociación nacional de Envasadores y Mercacei, en el mes de febrero el consumo de aceite de oliva en España fue de 32.658 toneladas. Esta cifra supera a la del mismo mes del año pasado en 5.000 toneladas, pero es considerablemente inferior a la del mes de febrero del año 1999, cuyas ventas llegaron a las casi 43.400 toneladas. (Mercacei, nº 305, 2/8 abril 2001)

En la tabla siguiente se presentan las ventas de aceite en el mercado interior, constituyendo un buen indicativo del consumo de aceite de oliva en nuestro país.

Tabla 6: Ventas de aceite de oliva en el mercado interior español en las 5 últimas campañas.

| Mercado interior (miles de toneladas) |              |              |              |              |              |
|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Mes                                   | 1996/97      | 1997/98      | 1998/99      | 1999/00      | 2000/01      |
| Noviembre                             | 26,4         | 44,3         | 54,2         | 19,4         | 35,9         |
| Diciembre                             | 33,3         | 46,2         | 45,2         | 39,7         | 34,6         |
| Enero                                 | 50,8         | 63,2         | 45,1         | 49,5         | 51,5*        |
| Febrero                               | 39           | 53           | 50           | 60,3         | 52,6*        |
| Marzo                                 | 49,1         | 40,5         | 35           | 35,5         | 58,7*        |
| Abril                                 | 47,9         | 51,2         | 29,6         | 57,2         |              |
| Mayo                                  | 40,9         | 52,8         | 30           | 43,4         |              |
| Juni                                  | 48,2         | 43,8         | 29,8         | 42,8         |              |
| Julio                                 | 43,1         | 48           | 55           | 47,4         |              |
| Agosto                                | 32,2         | 41,4         | 58,7         | 27,3         |              |
| Septiembre                            | 30,9         | 51,5         | 59,5         | 39,6         |              |
| Octubre                               | 33,5         | 23,2         | 36,3         | 54,8         |              |
| <b>Total</b>                          | <b>475,3</b> | <b>559,1</b> | <b>528,4</b> | <b>516,9</b> | <b>233,3</b> |

Fuente: Agencia para el aceite de oliva. \*Datos provisionales

Las ventas de aceite de oliva en el mercado interior de España ascendieron durante la campaña 1.997/98 a 559,1 millones de kilos. Tras el receso en el consumo provocado por la subida de precios de 1.995 y 1.996, años en los que la gran sequía sufrida en España mermó las producciones de aceite de oliva, este mostró una importante recuperación en 1.997. La campaña pasada el consumo mostró un retroceso del 2,17% bajando a 516,9 millones de toneladas. En los cinco primeros meses de la presente campaña el consumo se ha

incrementado un 14% en relación con el mismo periodo de la campaña anterior. Sería previsible que con el actual nivel bajo en los precios el consumo se impulsara de nuevo.

Con el fin de fomentar el consumo de aceite de oliva, la UE promueve y financia la VII Campaña de Promoción y Publicidad del Aceite de Oliva. Esta campaña contará en España con cinco millones de euros (232 millones de ptas) para tres años de duración. El objetivo de esta campaña en los países productores como España es mantener el consumo e incorporar a los jóvenes.

### 3.7- MECANISMOS DERIVADOS DE LA ORGANIZACIÓN COMÚN DE MERCADO

Con la actual OCM del aceite de oliva, la alternativa que existe para la regulación del mercado, sería la de acometer el almacenamiento privado mediante la convocatoria de licitaciones, siempre que el sector se encuentre en alguno de los casos que se describen a continuación (Reglamento (CE) nº2768/98 de la Comisión):

1. Cuando en determinadas regiones de la Comunidad existan *graves perturbaciones del mercado* que puedan reducirse o resolverse con medidas de almacenamiento privado de aceite de oliva virgen a granel.
2. Cuando el precio medio registrado en el mercado durante un período de dos semanas sea inferior a los precios que se exponen a continuación según el tipo de aceite de oliva:

Tabla 7: Precios de referencia para la puesta en marcha del almacenamiento privado.

| Precio del aceite (ecus/100 kg) | Precio del aceite (ptas/kg) | Tipo de aceite   |
|---------------------------------|-----------------------------|------------------|
| 177,88                          | 295,93                      | Virgen extra     |
| 170,99                          | 284,47                      | Virgen fino      |
| 166,4                           | 276,83                      | Virgen corriente |
| 156,08                          | 259,67                      | Virgen lampante  |

Fuente: Reglamento (CE) nº 2768/98 de la Comisión Europea.

Nota/ Estas cantidades corresponden al 95 % del precio de intervención aplicable en la campaña 97/98.

Bajo estos casos se puede solicitar a Bruselas la posibilidad de almacenar en esas condiciones con una ayuda en torno a las nueve pesetas kilo por cada dos meses.

Los *agentes económicos* autorizados para presentar ofertas para licitaciones son los siguientes:

- una agrupación de productores o una unión de agrupaciones, reconocida en virtud del R (CE) nº 952/97;
- una agrupación de productores o una unión de agrupaciones reconocida en virtud del art. 20 quater del R nº 136/66/CEE;
- una almazara autorizada, en virtud del artículo 13 del Reglamento (CEE) 2261/84 del Consejo; y
- una empresa de envasado que tenga una capacidad mínima de 6 toneladas de aceite envasado por jornada laboral de ocho horas y en la que, durante dos campañas de comercialización anteriores, se haya envasado por lo menos un total de 500 toneladas de aceite de oliva (art. 3, R 2768/98).

Durante la reunión del Comité de Gestión de Aceite de Oliva de la Unión Europea del pasado 31 de enero, la Comisión Europea autorizó el almacenamiento privado de 100.000 toneladas de aceite de oliva, 80.000 en España y las 20.000 restantes en Grecia. La delegación española solicitó esta medida en la reunión anterior del Comité dados los bajos precios que se registran

en el mercado desde hacía semanas. Es la primera vez que se pone en marcha este mecanismo desde la entrada en vigor de la normativa actual.

La adjudicación de las cantidades a almacenar se hará por licitación. Los adjudicatarios percibirán una ayuda para compensar los gastos de la inmovilización. Se celebrarán cuatro licitaciones parciales a partir del 1 de marzo.

La primera licitación parcial estará limitada a las Agrupaciones de productores y las Uniones de tales agrupaciones reconocidas por el Reglamento 952/97 (OPRs).

Las tres licitaciones parciales siguientes estarán abiertas a todos los agentes económicos autorizados en el Reglamento que regula el régimen de ayuda al almacenamiento privado.

Los períodos para presentar las ofertas en las cuatro adjudicaciones, son los siguientes:

- Primera adjudicación: del 4 al 8 de marzo de 2001.
- Segunda adjudicación: del 18 al 22 de marzo de 2001.
- Tercera adjudicación: del 4 al 8 de abril de 2001.
- Cuarta adjudicación: del 18 al 22 de abril de 2001.

El Comité de Gestión de Materias Grasas, en su reunión de 14 de marzo de 2001, fija el importe máximo de la ayuda para el almacenamiento privado de aceite de oliva en la primera licitación en 6,09 pts/kilo/mes (1,22 €/t/día), pudiéndose acoger a esta ayuda 21.000 toneladas de aceite de oliva virgen y virgen extra. Esta intervención se financia hasta el 31 de diciembre de 2001 con una ayuda superior a 1.100 millones de pesetas.

En la primera licitación se ofertaron 84 lotes por un total de 26.804 toneladas.

La segunda licitación para la apertura de almacenamiento privado de aceite de oliva extra y fino se ha quedado prácticamente reducida a la mitad de lo que se ofertó en la primera convocatoria. En total se han presentado 49 ofertas que aglutinan en sus lotes un volumen de 11.766 toneladas de aceites, principalmente de la calidad fino.

Las Asociaciones de productores reconocidas en el R nº136/66/CEE (Apas) han sido las que han mostrado un mayor interés por retirar sus aceites en la segunda licitación, mientras que las almazaras han tenido una representatividad simbólica y, por parte de las OPRs y los envasadores la participación ha sido nula. El hecho de que las Apas hayan sido las protagonistas en esta licitación se estima que puede haber sido como consecuencia de dificultades técnicas que les impidieron participar en la primera licitación.

Andalucía ha destacado en la presentación de sus ofertas con 33 lotes por un total de 10.075 toneladas de aceite, seguida de la comunidad de Castilla La Mancha con 13 ofertas y 1.436 toneladas de aceite.

En lo referente a los precios, el mínimo se ha posicionado en los 0,90 euros/tonelada y día y el máximo en los 1,40 euros/tonelada y día (Oleo, nº1931, del 2 al 8 de abril de 2001)

### **3.8- MECANISMOS DE MANTENIMIENTO DE PRECIOS PUESTOS EN MARCHA POR LOS PRODUCTORES**

Ante las bajas cotizaciones en la campaña de comercialización 1999/000, las cooperativas, a través de FAECA, acordaron poner en marcha una sociedad oleícola, que controlaría unas 370.000 toneladas de aceite (la mitad del cupo nacional), que hará las veces de sistema de intervención privada para garantizar un precio mínimo de aceite a los productores (no inferior a 300 pesetas). Esta sociedad apostaría por un tipo de almacenamiento que no deja de tener ciertas similitudes con los contratos privados, porque permitirá la retirada del aceite cuando los precios no puedan garantizar una renta mínima para los productores. Por tanto, se trata de un instrumento que fijará un precio mínimo en épocas de excedentes en el mercado, que, cuando proceda se venderán al mismo precio.

El capital social de la sociedad, que lleva por nombre CECASA (Compañía Española de Comercialización de Aceites) se repartirá de la siguiente manera. Entre almazaras, cooperativas e industriales, se reparten el 60% del capital social y el 40% restante estará participado por el Patrimonio Comunal Olivarero y diversas entidades financieras.

#### 4.- CONCLUSIONES SOBRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LOS PRECIOS

En los puntos anteriores hemos analizado los factores que afectan a los precios del aceite de oliva cada uno de un modo independiente, sin embargo, cada uno de estos factores por si solo no afecta a los precios, sino que es la interpelación entre ellos la que ocasiona subidas o bajadas en los precios.

En resumen podemos decir que los principales factores que afectan a los precios del aceite de oliva en España son:

- ④ La **producción nacional** de aceite de oliva. En principio una alta producción ocasionaría una bajada de los precios. Sin embargo, la producción global de la presente campaña alcanza una cifra fácilmente comercializable a los niveles de precios actuales.
- ④ El nivel de **exportaciones** españolas el cual se verá afectado por:
  - Producción en Italia, país principal al que van dirigidas nuestras exportaciones. En la presente campaña la producción italiana ha sido muy baja por lo que se verán favorecidas las exportaciones.
  - Producción en el resto de los países de la Unión Europea. La producción del conjunto de Grecia, Portugal y Francia es inferior a la de la campaña pasada.
  - Producción de Túnez y Turquía. Si bien la producción de estos países es fácilmente 4 o 5 veces inferior a la española, no por ello dejan de ser fuertes competidores de España en el mercado internacional del aceite de oliva, sobre todo si tenemos en cuenta que Túnez en 1.999 exportó el 72% de su producción a la Unión Europea y Turquía el 86%. En esta campaña la producción de Túnez ha sido inferior pero la de Turquía triplica la producción de la campaña anterior.
  - Del previsible incremento del consumo en países no productores como pueden ser Estados Unidos, Australia y Japón.
- ④ El nivel de **importación** española. Las importaciones Españolas proceden principalmente de terceros países no pertenecientes a la Unión Europea. Las importaciones procedentes de países como Túnez y Turquía van a depender de:
  - Su producción. La producción de Túnez en la presenta campaña ha sido más baja que la de años anteriores por lo que las importaciones procedentes de este país tenderán a disminuir.
  - La existencia de acuerdos preferenciales. Se tiende hacia una ampliación de los acuerdos preferenciales y la liberalización de mercado. Actualmente ya se ha revisado el acuerdo con Túnez incrementándose la cantidad de aceite que entra bajo condiciones preferenciales y reduciendo el arancel de preferente a nulo. Esto incrementará las importaciones procedente de este país.
  - La cotización del aceite de oliva en España en relación con otros países comunitarios que puede hacer nuestro mercado más o menos atractivo. Actualmente el mercado del aceite de oliva en España no resulta muy atractivo debido a las bajas cotizaciones del aceite en esos momentos.
  - Una muy baja producción en algún otro Estado miembro, por ejemplo Italia en la presente campaña, puede desviar las importaciones de estos países hacia él.
- ④ El **consumo nacional**. España presenta un elevado nivel de autoconsumo, 12,77 litros per cápita, con más de 500.000 toneladas al año lo que supone en torno al 70% de la producción un año de producción media. Estancamientos en la evolución del consumo o retrocesos en el mismo afectan en gran medida las salidas de aceite

de oliva del sistema y por lo tanto los precios. Actualmente se prevé una remontada del consumo nacional habiéndose incrementado en un 14% en lo que llevamos de campaña.

- 🌐 **Consumo a nivel mundial.** Continúa la tendencia creciente de la última década.
- 🌐 Publicaciones de stocks y expectativas de cosecha que posteriormente se cumplen o no.
- 🌐 Actuaciones especulativas por parte del sector
- 🌐 Falta de acuerdo y cooperación entre el sector productor y los industriales envasadores
- 🌐 Falta de transparencia en el sector.

Estos últimos cuatro factores, si bien en determinados momentos pueden ser los causantes de bajadas o subidas espectaculares del aceite de oliva, no pueden ser considerados actualmente como responsables del nivel de precios existentes en la actualidad.

## 5.- BALANCE ACTUAL

En la 83ª Reunión del Consejo Oleícola Internacional (Madrid, 13-17 de noviembre de 2000) el comité Económico examinó la actual situación del mercado del aceite de oliva. De este análisis se concluyó que se mantuvo el equilibrio del mercado.

Tabla 8: Balance de campaña a nivel mundial

|   | <b>Principales cifras de los balances oleícolas</b> |                                    |                       |                                    |
|---|---|------------------------------------|-----------------------|------------------------------------|
|   | 1.999/00<br>toneladas                               | 1.999/00<br>respecto a<br>1.998/99 | 2.000/01<br>toneladas | 2.000/01<br>respecto a<br>1.999/00 |
| <b>Existencias al inicio de campaña</b> | 671.000   | +5,1%                              | 443.500               | -33,9%                             |
| <b>Producción</b>                       | 2.248.000   | -6,3%                              | 2.553.500             | +13,6%                             |
| <b>Consumo</b>                          | 2.422.000   | +0,5%                              | 2.484.500             | +2,6%                              |
| <b>Importaciones</b>                    | 452.000   | -17,9%                             | 496.000               | +9,7%                              |
| <b>Exportaciones</b>                    | 505.500   | -0,3%                              | 500.500               | -0,9%                              |
| <b>Remanente a final de campaña</b>     | 443.500   | -4,4%                              | 508.000               | +14,5%                             |

Fuente: OLIVAE, nº84- diciembre 2000

A continuación se presenta el balance para España realizado tanto para la campaña anterior, como para la actual, al final del mes de febrero.

Podemos observar que si bien la producción es sensiblemente superior también se ha comenzado con un nivel inferior de existencias, la mitad, menor ritmo en las importaciones y mayor tanto en el consumo como en las exportaciones.

|  |                |  |                  |
|--|----------------|--|------------------|
| <b>Existencias 1-11-99</b>               | <b>380.300</b> | <b>Existencias 1-11-00</b>               | <b>183.000</b>   |
| <b>Producción campaña 1999-2000</b>      | <b>640.000</b> | <b>Producción campaña 2000-2001</b>      | <b>1.002.800</b> |
| <b>Importaciones 1-Nov-99 29-Feb-00</b>  | <b>11.126</b>  | <b>Importaciones 1-Nov-00 28-Feb-01</b>  | <b>1.600</b>     |
| <b>Consumo 1-Nov-99 29-Feb-00</b>        | <b>160.400</b> | <b>Consumo 1-Nov-00 28-Feb-001</b>       | <b>176.100</b>   |
| <b>Exportaciones 1-Nov-99 29-Feb-00</b>  | <b>83.000</b>  | <b>Exportaciones 1-Nov-00 28-Feb-01</b>  | <b>125.800</b>   |
| <b>Ventas totales 1-Nov-99 29-Feb-00</b> | <b>244.200</b> | <b>Ventas totales 1-Nov-00 28-Feb-01</b> | <b>301.900</b>   |
| Almazaras                                | 609.000        | Almazaras                                | 579.800          |
| Patrimonio CO                            | 79.800         | Patrimonio CO                            | 34.000           |
| Intervención                             | 28.300         | Intervención                             |                  |
| Envasadores                              | 63.000         | Envasadores                              | 67.300           |
| <b>Existencias 29-Feb-00</b>             | <b>787.226</b> | <b>Existencias 28-Feb-01</b>             | <b>885.500*</b>  |
|  |                |  | <b>681.500**</b> |

\* Dato de existencias calculado con la producción total

\*\* Dato de existencias proporcionado por la Agencia para el Aceite de oliva para el 28 de febrero

Gráfico 5: evolución en las últimas cinco campañas de las entradas en el sistema del aceite de oliva y de factores relacionados.

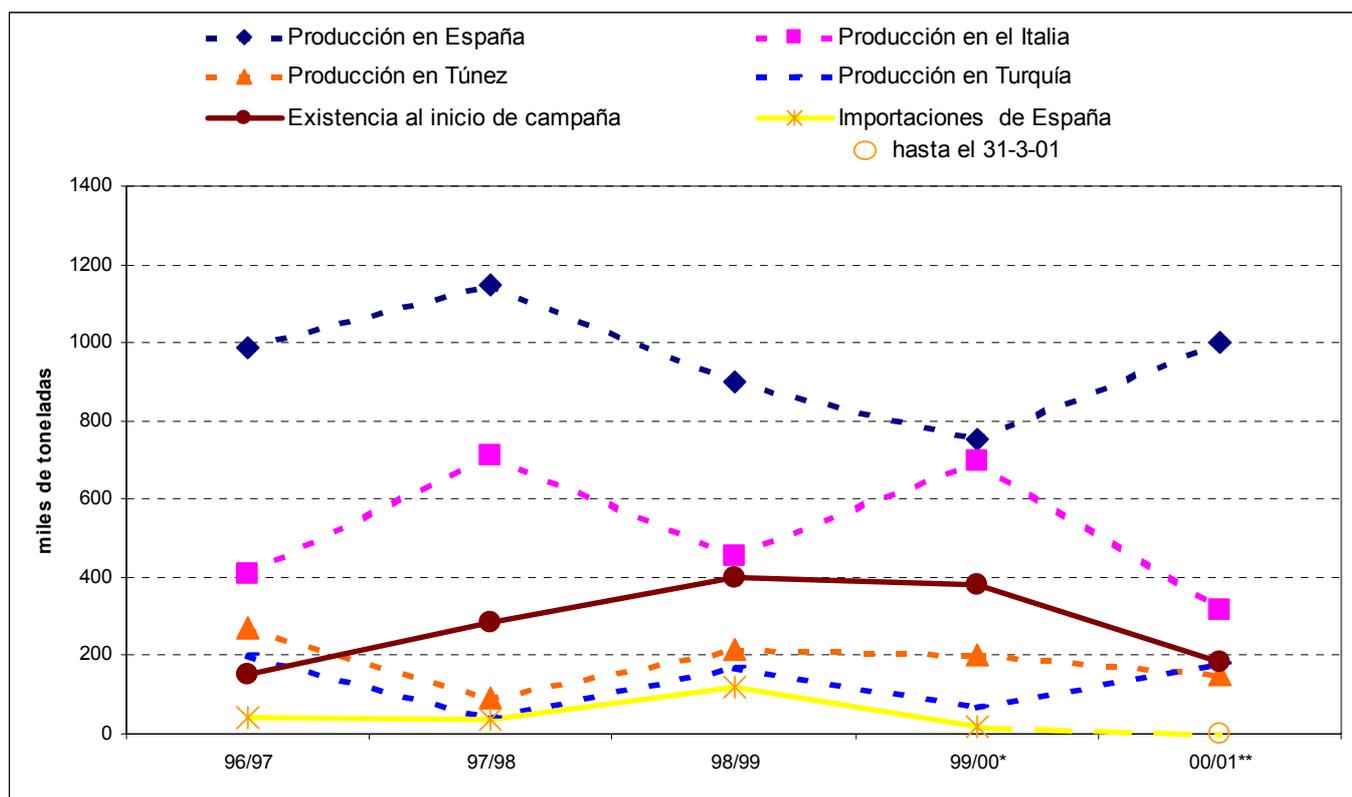
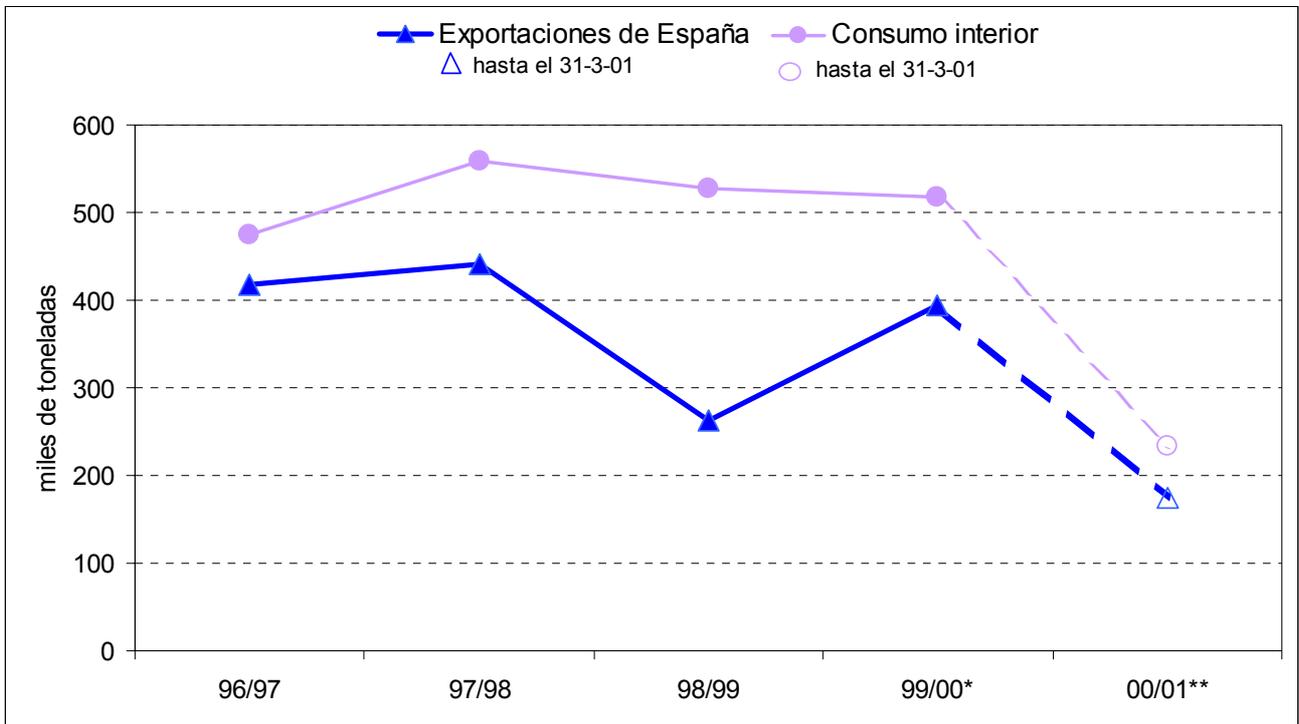


Gráfico 6: Evolución en las últimas cinco campañas de las salidas del sistema del aceite de oliva.



## **6.- CONTRASTE DE ESTIMACIONES REALIZADAS**

En el informe realizado por la Unidad de prospectiva en abril del año 2.000 ante la bajada de precios que experimentó el aceite de oliva, se analizaba la situación del momento y su posible evolución. Se realizaron una serie de supuestos sobre la previsible situación a comienzos de la campaña 2.000/01.

A continuación se compara la situación real que aconteció a lo largo de la campaña pasada, en cuanto a consumo, exportaciones e importaciones, y que llevó a un nivel determinado de existencias al final de la campaña pasada, con las hipótesis que se hicieron en el informe anteriormente citado.

**Contraste entre la situación real y las hipótesis que se realizaron en cuanto a las existencias a 1-nov-2000**

|                       | Supuestos      |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |
|-----------------------|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
|                       | Situación real | 1       | 2       | 3       | 4       | 5       | 6       | 7       | 8       | 9       | 10       |
| <b>Existencias</b>    |                |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |
| 29-Feb-2000           | 780.000        | 780.000 | 780.000 | 780.000 | 780.000 | 780.000 | 780.000 | 780.000 | 780.000 | 780.000 | 780.000  |
| <b>Importaciones</b>  |                |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |
| 29-Feb-00 1-Nov-00    | 7.948          |         | 91.674  | 22.857  | 47.719  | 91.674  | 22.857  | 47.719  | 91.674  | 22.857  | 47.719   |
| <b>Ventas totales</b> |                |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |
| 29-Feb-00 1-Nov-00    | 648.067        | 500.000 | 525.434 | 648.622 | 505.778 | 542.350 | 682.542 | 585.906 | 471.434 | 611.622 | 514.986  |
| <b>Consumo</b>        |                |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |
|                       | 348.000        |         | 360.000 | 343.000 | 296.792 | 376.920 | 376.920 | 376.920 | 306.000 | 306.000 | 306.000  |
| <b>Exportaciones</b>  |                |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |
|                       | 300.067        |         | 165.434 | 305.622 | 208.986 | 165.430 | 305.622 | 208.986 | 165.434 | 305.622 | 208.986  |
| <b>Existencias</b>    |                |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |
| 01-Nov-00             | 139.881        | 280.000 | 346.240 | 154.235 | 321.941 | 329.324 | 120.315 | 241.813 | 400.240 | 191.235 | 312.733  |
|                       |                |         |         |         |         |         |         |         |         |         | 183.700* |

\* Dato proporcionado por la Agencia para el aceite de oliva. La diferencia entre la cifra calculada y la proporcionada por la Agencia puede ser debida a la finalización de la campaña pasada y al comienzo de esta y por lo tanto a la entrada de producción.

- Supuesto 1: Ritmo de salidas mensuales igual al de los cuatro primeros meses de campaña
- Supuesto 2: Consumo, Exportaciones e Importaciones iguales a las del mismo periodo de la campaña anterior 98/99
- Supuesto 3: Consumo, Exportaciones e Importaciones iguales a las del mismo periodo de la campaña 97/98
- Supuesto 4: Consumo, Exportaciones e Importaciones iguales a la media de ese periodo en la serie 95/99
- Supuesto 5: Incremento del consumo un 4,7% respecto a la campaña anterior y mantenimiento de las exportaciones e importaciones
- Supuesto 6: Incremento del consumo un 4,7% respecto a la campaña anterior y exportaciones e importaciones iguales a las de la campaña 97/98
- Supuesto 7: Incremento del consumo un 4,7% respecto a la campaña anterior y exportaciones e importaciones iguales a la media de las campañas 95/99
- Supuesto 8: Disminución del consumo un 4,7% respecto a la campaña anterior y mantenimiento de las exportaciones e importaciones
- Supuesto 9: Disminución del consumo un 4,7% respecto a la campaña anterior y exportaciones e importaciones iguales a las de la campaña 97/98
- Supuesto 10: Disminución del consumo un 4,7% respecto a la campaña anterior y exportaciones e importaciones iguales a la media de las campañas 95/99

De los factores que afectan a la estimación de existencias para el principio de la actual campaña encontramos que:

- ⇒ Las importaciones se han reducido con respecto a las cinco campañas precedentes, supuesto que no se realizó considerando en todo momento que las importaciones o bien se incrementarían o se mantendrían con respecto a las campañas de referencia. La cifra que más se acerca es la de los supuestos 3, 6 y 9 correspondiente a una importación igual a la de la campaña 1.997/98.
- ⇒ El consumo ha disminuido ligeramente con respecto a la campaña 1.998/99 quedando en niveles análogos a los de la campaña 1997/98 (supuesto 3).
- ⇒ Las exportaciones aumentaron respecto a la campaña 1.998/99 quedando también en los niveles de la campaña 1997/98 (Supuestos 3, 6 y 9).

Por tanto, el supuesto 3 basado en los parámetros de la campaña 1997/98 es el que más se acerca a la realidad. Estos parámetros consistían básicamente en un mantenimiento del consumo, una tasa de exportaciones importante y un bajo nivel de importaciones.

## 7.- ESTIMACIONES DE EXISTENCIAS A FINALES DE LA CAMPAÑA DE COMERCIALIZACIÓN 2.000/01

En base a los datos que se han presentado a lo largo de este informe se va a realizar una serie de supuestos sobre el nivel de existencias de aceite de oliva al final de la presente campaña (1 de noviembre de 2001).

Los supuestos se realizarán considerando dos niveles diferentes de producción para la presente campaña, 1.002.800 toneladas, estimación realizada por la Unidad de Prospectiva (supuestos 1, 3, 5 y 7) y 930.300 toneladas, cifra proporcionada por la Agencia para el aceite de oliva a fecha de 31 de marzo de 2.001 y que utiliza esta institución para el cálculo de existencias en esta fecha (supuestos 2, 4, 6 y 8).

En los dos primeros supuestos se considerará que las importaciones, exportaciones y el consumo se van a mantener igual a los primeros cinco meses de campaña.

|                                   | del 1 de nov de 2000 al<br>31 de marzo de 2001 | Promedio mensual |
|-----------------------------------|--|------------------|
|                                   | Toneladas                                      | Toneladas/mes    |
| <b>Importaciones</b>              | 1.300  | 260              |
| <b>Mercado interior (consumo)</b> | 233.100  | 46.620           |
| <b>Exportaciones</b>              | 147.200  | 29.440           |

En los dos siguientes supuestos, 3 y 4, se considera que el consumo y las importaciones se mantiene a los niveles de los primeros cinco meses de campaña mientras que las exportaciones se establecerá en los niveles máximos de la campaña 1.997/98, hecho bastante probable teniendo en cuenta la baja producción Italiana en la presente campaña.

En los supuestos 5 y 6 se mantienen las condiciones establecidas para el 3 y 4 pero se incrementan también las importaciones a los niveles de la campaña 1.997/98.

En los dos últimos supuestos se supone un incremento de las exportaciones e importaciones hasta los niveles de la campaña 1.997/98 y un mantenimiento del consumo en relación con la campaña anterior, 1.999/00. Este último supuesto significaría que se produce un retroceso del consumo respecto a los primeros cinco meses de campaña, en los que se ha producido un incremento del consumo de un 14% respecto al mismo periodo de la campaña anterior.

No se han realizado supuestos en los que las exportaciones descienden, ya que la actual cotización del aceite de oliva y la baja producción tanto de Italia como de Túnez no hacen probable este supuesto.

Por otro lado si el nivel de cotización del aceite de oliva no se elevase en exceso tampoco sería probable un retroceso en el consumo respecto a la campaña anterior, motivo por el que tampoco se establece este supuesto.

A continuación se presentan el balance de existencias a final de la campaña para cada uno de los supuestos.

**Cuadro estimativo de existencias a 1 de noviembre de 2.001 considerando diversas hipótesis**

|  | Supuestos      |                |                |                |                |                |                |                |                |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|  | Situación real | 1              | 2              | 3              | 4              | 5              | 6              | 7              | 8              |
| <b>Existencias<br/>31-Marzo-2001</b>         | <b>703.300</b> | <b>703.301</b> | <b>703.302</b> | <b>703.303</b> | <b>703.304</b> | <b>703.305</b> | <b>703.306</b> | <b>703.305</b> | <b>703.306</b> |
| <b>Producción<br/>31-mar-01 1-nov-01</b>     |                | <b>77.200</b>  | <b>0</b>       | <b>77.200</b>  | <b>0</b>       | <b>77.200</b>  | <b>0</b>       | <b>77.200</b>  | <b>0</b>       |
| <b>Importaciones<br/>31-mar-01 1-nov-01</b>  |                | <b>1.820</b>   | <b>1.820</b>   | <b>1.820</b>   | <b>1.820</b>   | <b>35.843</b>  | <b>35.843</b>  | <b>35.843</b>  | <b>35.843</b>  |
| <b>Ventas totales<br/>31-mar-01 1-nov-01</b> |                | <b>532.420</b> | <b>532.420</b> | <b>768.249</b> | <b>768.249</b> | <b>768.249</b> | <b>768.249</b> | <b>725.509</b> | <b>725.509</b> |
| <b>Consumo</b>                               |                | <b>326.340</b> | <b>326.340</b> | <b>326.340</b> | <b>326.340</b> | <b>326.340</b> | <b>326.340</b> | <b>283.600</b> | <b>283.600</b> |
| <b>Exportaciones</b>                         |                | <b>206.080</b> | <b>206.080</b> | <b>441.909</b> | <b>441.909</b> | <b>441.909</b> | <b>441.909</b> | <b>441.909</b> | <b>441.909</b> |
| <b>Existencias<br/>01-Nov-01</b>             |                | <b>249.901</b> | <b>172.702</b> | <b>14.074</b>  | <b>-63.125</b> | <b>48.099</b>  | <b>-29.100</b> | <b>90.839</b>  | <b>13.640</b>  |

- ⇒ Supuesto 1: La campaña aún no ha finalizado alcanzándose el nivel de producción estimado por la unidad de prospectiva. Ritmo de salidas y entradas mensuales igual al de los cinco primeros meses de campaña
- ⇒ Supuesto 2: La campaña ha finalizado siendo la producción final de 925.600 toneladas. Ritmo de salidas y entradas mensuales igual al de los cinco primeros meses de campaña
- ⇒ Supuesto 3: La campaña aún no ha finalizado alcanzándose el nivel de producción estimado por la unidad de prospectiva. Se mantiene el consumo y las importaciones iguales a los cinco primeros meses de campaña mientras que las exportaciones alcanzan los niveles máximos de la campaña 1.997/98
- ⇒ Supuesto 4: La campaña ha finalizado siendo la producción final de 925.600 toneladas. Se mantiene el consumo y las importaciones iguales a los cinco primeros meses de campaña mientras que las exportaciones alcanzan los niveles máximos de la campaña 1.997/98
- ⇒ Supuesto 5: La campaña aún no ha finalizado alcanzándose el nivel de producción estimado por la unidad de prospectiva. Se mantiene el consumo igual al de los cinco primeros meses de campaña mientras que las exportaciones y las importaciones alcanzan los niveles de la campaña 1.997/98
- ⇒ Supuesto 6: La campaña ha finalizado siendo la producción final de 925.600 toneladas. Se mantiene el consumo igual al de los cinco primeros meses de campaña mientras que las exportaciones y las importaciones alcanzan los niveles de la campaña 1.997/98
- ⇒ Supuesto 7: La campaña aún no ha finalizado alcanzándose el nivel de producción estimado por la unidad de prospectiva.
- ⇒ Supuesto 8: La campaña ha finalizado siendo la producción final de 925.600 toneladas. Se mantiene el consumo igual al de la anterior campaña. Las exportaciones y las importaciones alcanzan los niveles de la campaña 1.997/98

Como puede observarse, si en el desarrollo de la campaña no aparece ningún factor externo no considerado, se prevé una buena finalización de campaña.

En todos los supuestos, a excepción del primero, los niveles de existencias a final de campaña quedarían debajo de lo deseable, incluso en los supuestos 4 y 6 la demanda superaría la oferta lo que provocaría un alza en los precios, que si no se controla adecuadamente, podría afectar negativamente al sector.