# Balance 2011

# Sector Aceite de Oliva

## I. Datos sectoriales

Los principales datos de mercado del sector Aceite de Oliva se resumen en el siguiente balance de las 5 últimas campañas:

| CAMPAÑAS | 2006/07 | 2007/08 | 2008/09 | 2009/10 | 2010/11 |
|---|---|---|---|---|---|
| Stock inicial | 288.400 | 331.800 | 425.700 | 285.700 | 420.700 |
| Producción | 1.111.400 | 1.236.100 | 1.030.000 | 1.401.500 | 1.390.500 |
| Importaciones | 83.400 | 61.400 | 38.900 | 47.000 | 43.400 |
| TOTAL DISPONIBLE | 1.483.200 | 1.629.300 | 1.494.600 | 1.734.200 | 1.854.600 |
| Consumo +Pérdidas | 560.000 | 537.500 | 533.600 | 533.400 | 553.400 |
| Exportaciones | 591.400 | 666.100 | 675.300 | 780.100 | 827.700 |
| TOTAL SALIDAS | 1.151.400 | 1.203.600 | 1.208.900 | 1.313.500 | 1.381.100 |
| STOCK FINAL | 331.800 | 425.700 | 285.700 | 420.700 | 473.500 |
| | | | | | |
| Precio medio (Pool- | 2.484,39 | 2.444,13 | 1.936,84 | 1.886,10 | 1.803,16 |

En la campaña 2010/11 el número de almazaras cooperativas con actividad fue de 947 sobre un total de 1.744 almazaras y la producción de almazaras cooperativas fue de 945.000 toneladas de un total de 1.390.000 toneladas. 730 almazaras cooperativas desarrollan actividad de envasado aunque la mayor parte es para abastecer a sus socios y mercados locales. Se han consolidado 15 grupos de comercialización, de diferente dimensión, que agrupan en torno a 250 almazaras cooperativas.

## II. Valoración de la campaña 2010/11

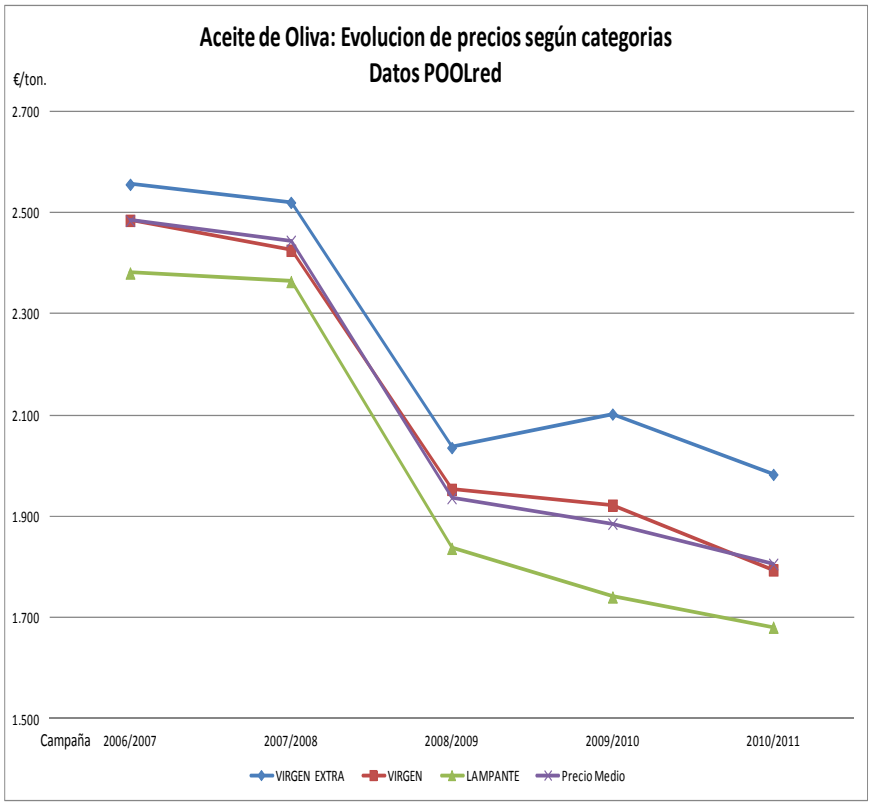
Hay que destacar el récord histórico de salidas al mercado con unas exportaciones al alza (+6.1%) y un mercado interior (+3.7%) que parece recuperar la senda alcista tras 2 campañas seguidas de regresión/estancamiento. Las exportaciones suponen ya el 60% de las salidas de aceite y van en aumento. España se ha situado por delante de Italia como principal país exportador mundial y se va consolidando en la mayoría de los países como el número uno en cuota de mercado. Las campañas de promoción desarrolladas por la Interprofesional están ayudando a que, a pesar de la crisis económica, el mercado del aceite de oliva siga creciendo.

En contrapartida, los precios del aceite de oliva en origen son los más bajos de las



C/ Agustín de Bethencourt, 17 - 4ª planta. 28003 Madrid | Tlf.: 91 535 10 35 | Fax: 91 554 0047 | www.agro-alimentarias.coop cooperativas@agro-alimentarias.coop

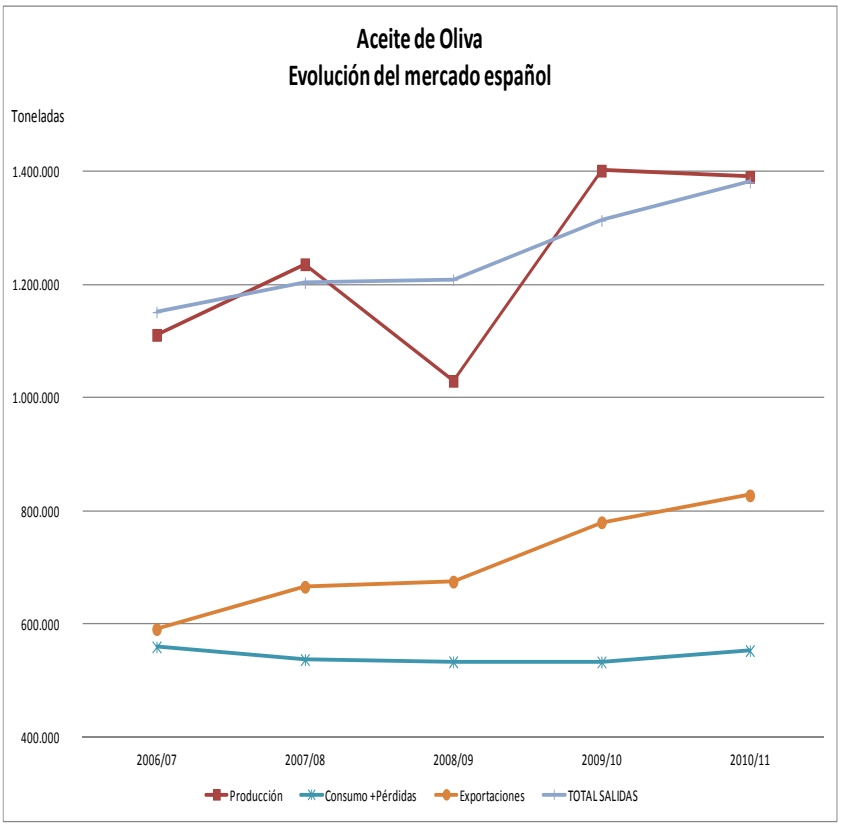
10 últimas campañas y se sitúan muy por debajo del coste de producción. La solicitud del sector de que se abriese el almacenamiento privado fue atendida por la Comisión con la campaña prácticamente finalizada y los efectos de su apertura han sido limitados al hacerse tan tarde y abrirse solo para la categoría Virgen.




Las cooperativas se han apuntado a la corriente exportadora, incrementando notablemente sus exportaciones donde se consiguen precios más elevados que en el mercado interior. Por el contrario en el mercado interior, la presión de la marca de la distribución con precios incluso por debajo de coste, ha ido desplazando del mercado a la marcas de fabricante lo que ha supuesto que las cooperativas hayan mantenido su cuota de mercado, o incluso haya disminuido a favor de la marca de distribución. Asimismo, dado que en esta campaña, al igual que en la anterior, hay una mayor diferencia de precios entre las distintas categorías de Aceite de Oliva, las cooperativas que han apostado por la calidad consiguen mejores liquidaciones a sus socios.



C/ Agustín de Bethencourt, 17 - 4ª planta. 28003 Madrid | Tlf.: 91 535 10 35 | Fax: 91 554 0047 | www.agro-alimentarias.coop cooperativas@agro-alimentarias.coop




## III. Perspectivas campaña 2011/12

En esta campaña se espera una producción similar a la anterior. Sería la tercera campaña consecutiva con una producción elevada y esto está pesando en el mercado. Es verdad que la climatología ha sido especialmente benévola en las dos campañas anteriores y algo menos en la presente. Las expectativas actuales hacen pensar que, en los comienzos de campaña, los niveles de precio se mantendrán a un nivel próximo a los de desencadenamiento del almacenamiento privado, para marcar una nueva tendencia en función de la previsión de cosecha de la siguiente campaña y de la evolución de las salidas al mercado.

En la actual coyuntura, todo indica que las salidas al mercado serán superiores a las de la campaña pasada pero a los precios actuales que son ruinosos para los productores. La crisis económica sigue marcando la pauta de los operadores con operaciones a muy corto plazo y pequeños volúmenes en las que la gran competencia entre grupos de distribución, con el aceite de oliva como producto reclamo, está impidiendo una mejora de los precios en origen.

El sector productor es consciente de que necesita organizarse para concentrar la oferta y poder negociar en igualdad de condiciones con los envasadores y la Gran Distribución. Las 2 últimas campañas ha habido procesos de fusión e integración cooperativa en grupos de comercialización pero que son todavía insuficientes. Por ello se confía en que la nueva PAC que ahora se está negociando, se establezcan ayudas a la integración de manera que permita estructurar el sector productor. También se confía en que se mejore el actual mecanismo de ayudas al almacenamiento privado con precios de referencia acordes a la realidad del mercado y que se abra de manera automática sin depender de decisiones políticas. Tan sólo una subida del nivel de precios de desencadenamiento provocaría una subida de precios en el mercado.



C/ Agustín de Bethencourt, 17 - 4ª planta. 28003 Madrid | Tlf.: 91 535 10 35 | Fax: 91 554 0047 | www.agro-alimentarias.coop cooperativas@agro-alimentarias.coop