

ORO VERDE A PRECIO DE ORO



Con el precio del litro del aceite de oliva más alto que nunca y la perspectiva de una nueva mala cosecha, los productores almerienses afrontan la próxima campaña previendo cambios en el consumo y atentos a los movimientos del mercado.

MIGUEL BLANCO
FOTOS: VV.AA.

El aceite de oliva se ha convertido en las últimas semanas en artículo de lujo. Con subidas de precio de hasta el 30% en apenas mes y medio, a finales de agosto comenzaba a sonar la alarma, porque el precio no solo seguía aumentando, sino que las perspectivas para los próximos meses, lejos de mejorar, apuntaban a un escenario aun peor.

La mala cosecha de la última campaña, que fue de poco más de la mitad de lo que el país puede producir, con tan solo 660.000 toneladas de aceite de oliva, los efectos de la guerra de Ucrania, que ha provocado un aumento de los costes de producción así como de demanda de aceite de oliva ante la escasez del de girasol, y las perspectivas de una segunda mala campaña consecutiva han tenido como consecuencia esta escalada repentina y sistemática, que ha puesto el precio del virgen extra por encima de los 10 euros el litro, casi el doble de lo que costaba hace solo un año. Y según el sector, así seguirá, al menos, hasta finales de año e, incluso, durante 2024.

La situación es preocupante para los consumidores pero también para los productores. Un informe de la OCU de finales de agosto señalaba que, de media, el precio ha subido un 15,4% desde mitad de junio. Pero hay casos de subidas por encima del 30%. Además, las mayores subidas se han dado en marcas blancas de supermercado, las más consumidas. Ante esta situación, ya hay familias que están haciendo compras masivas de aceite antes de que suba más. Y, asimismo, sobrevuela la amenaza de una caída de consumo, si el precio sigue subiendo y los clientes dejan de poder permitirse su compra.

En Almería, los productores de aceite de oliva esperan con cierto pessimismo a que llegue la cosecha de este año. La adversa climatología de la última primavera, cuando se registraron temperaturas muy por encima de lo normal, dificultó la floración de los olivos, por lo que hay poco fruto. En el lado positivo, las lluvias de finales de verano han venido bien, ya que han servido para engoradar las pocas aceitunas que había en los árboles.

“Tenemos la tormenta perfecta de factores: no hay cosecha en España, no hay cosecha en el Mediterráneo, terminamos la campaña

prácticamente sin aceite disponible en el mercado y con previsión de cosecha mala. Por eso está el aceite como está, y va a seguir subiendo hasta que el consumidor diga ‘hasta aquí’”, asegura Rafael Alonso Barrau, director comercial de Oro del Desierto.

MÁS COSTES Y MENOS KILOS

La subida de costes de producción y la escasa cosecha de la última campaña son los principales factores para explicar esta subida del precio del aceite de oliva. Rafael Úbeda, presidente de Castillo de Tabernas, así lo cuenta. “En 2022 se produjo un incremento de costes brutal, de energía, que afecta al agua, de todo tipo de nutrientes y gastos generales. Esos costes afectan a la cosecha de 2022, la que se está vendiendo ahora, así que lo que se ha hecho es ir adaptando el precio por esos sobrecostes. Además, al haber menos producción, todos esos costes estructurales hay que repartirlos entre menos kilos”.

Esta situación no debería repetirse durante el próximo año, ya que esos costes de producción se han mantenido. Así, no debería escalar el precio, aunque tampoco bajaría, salvo que se diera una cosecha exagerada, lo contrario a lo que está previsto. Solo si la cosecha “fuese muy inferior, los precios seguirían subiendo”, vaticina Úbeda.

En esta línea, Juan Antonio Sánchez, gerente de la almazara Labruceña, explica que “la producción ha mermado mucho este año, y el año pasado también, y los precios, si no hay cosecha, suben mucho”. Como ejemplo, su propio caso: ahora están vendiendo el litro a 10 euros cuando hace un año estaba a 6.

Asimismo, Sánchez recuerda que “en los precios influye todo, además a futuro”. Por ejemplo, “si se tirase ahora un mes lloviendo, bajaría el precio, porque en ese caso se prevé que la cosecha del siguiente año será buena, ya que habrá suficiente agua”. Por eso, pide cautela porque “pueden pasar muchas cosas todavía y hasta que no se recoge la aceituna, no se sabe cómo será la campaña”.

De momento, los productores coinciden en que la producción será floja, cercana a la mitad de lo que saldría en un año bueno. Manuel Calvache, gerente de la Almazara de Canjáyar, confirma que “este año vamos a tener algo menos de cosecha, porque en las mismas fincas hay olivos que han cuajado bien y otros que no tienen nada”.



De izquierda a derecha,
y de arriba a abajo,
recogida de aceituna,
Rafael Alonso, de Oro
del Desierto, Rafael
García, de Almazara de
Lubrín, y Rafael Úbeda,
de Castillo de
Tabernas. Debajo,
sedes de Los Vergeles
de Moraila, Almazara
de Canjáyar y
Labrucena.



De igual forma, Rafael García, gerente de la Almazara de Lubrín, calcula que "en Almería, habrá una media cosecha". En el lado positivo, cuenta que "las lluvias de principios de septiembre han venido muy bien, porque es cuando la aceituna se está haciendo". Y asegura que "a veces, en los olivares, es mejor una media cosecha que un cosechón, porque el cosechón hace aceitunas más pequeñas y el olivo sufre más y hay que tener mucho cuidado para el siguiente año".

Una excepción es la de Los Vergeles de Moraila, donde esperan mejor cosecha. "El año pasado tuvimos una cosecha mala pero este año va a estar mejor", asegura su gerente, María Jiménez. "No espectacular, pero sí mejor que la anterior, que nunca habíamos tenido tan mala cosecha", añade.

La perspectiva de mala cosecha se extiende a todo el país y al resto de productores del entorno del Mediterráneo. Y a esta situación se suma que, como la última campaña ya fue escasa, apenas queda aceite en los almacenes. Todos estos factores están haciendo que la aceituna se esté vendiendo a futuro a precios ya altos, lo que implica que los de venta al público del aceite seguirán, al menos, como están ahora, si no siguen subiendo. En este sentido, Rafael García asegura que "con estos precios tan altos, hay agricultores que ya han contratado, porque así es muy rentable para ellos, unas dos veces por encima de lo normal".

ACEITE A 13 EUROS

Rafael Alonso recuerda que "en Almería, el año pasado no fue muy mala la cosecha, pero aunque no lo fuera, nos afecta todo y los precios que hemos tenido que pagar por esta cosecha ya han sido bastante elevados. Desde noviembre del año pasado, el precio de la aceituna no ha parado de subir". La oliva tiene un precio que va en relación al rendimiento y al precio del aceite. El 75% de la producción es de cooperativas de agricultores. Con la situación actual, "unos tienen prisa por vender y venden pronto, pero otros lo tienen como segunda actividad y especulan, si ven que sigue subiendo el precio del aceite, esperan, no tienen prisa por vender", explica Alonso, que entiende que "el que tiene aceituna está informado del precio del aceite y no va a venderlas a cualquier precio".

En julio se hicieron contratos a futuros, en venta a granel, que marcan tendencia, a entre 7 y 7,5 euros, y en agosto llegaron a 8. Eran precios para compras previstas en noviembre. Con esta evolución, "hay quien dice



ACEITE DE OLIVA: ORO VERDE A PRECIO DE ORO



La cosecha de aceituna de este año se espera que no sea buena por segundo año consecutivo, lo que amenaza con mantener los precios altos.

▶ que el precio va a llegar a unos 10 o 12 euros el kilo de aceite”, apunta García. Esto supondría unos 13 euros el litro de aceite embotellado. El precio que los clientes están viendo en los supermercados, con el litro de aceite normal por encima de los 7 euros y el de virgen extra rondando los 10, sumado a las noticias que han visto alertando de la situación, ha hecho que se genere cierto temor a que el aceite de oliva continúe su escalada y, para prevenir, hay familias que están acaparando aceite, comprando ahora para varios meses, a pesar de los precios altos, para evitar tener que pagar hipotéticos precios aun más altos de aquí a finales de año.

“Nosotros tuvimos desde julio a mediados de agosto una bajada de ventas bestial, hasta que salió la noticia en la tele de que estaba el aceite a 10 euros en el supermercado, y ahora mismo estamos desbordados, hemos tenido que sacar una parte que teníamos reservada para venderla a granel y envasarla”, cuenta Rafael García.

María Jiménez confirma que “la gente no para de comprar”, aunque cuenta con que “habrá un momento en que se frene y que el mercado se autorregule y se estabilizará”. Mientras llega, los precios siguen subiendo e incluso, dice, han llegado a cargar “camiones cisterna a 9 euros el kilo”.

En cualquier caso, los productores de aceite de oliva recuerdan que el precio tan alto del aceite es perjudicial no solo para el cliente, sino que también lo es para ellos. En este sentido, Juan Antonio Sánchez asegura que “la situación no es buena para nadie, porque con el aceite a estos precios, la aceituna también se paga cara”. Y Jiménez confirma que “la cosa está fea y da un poco de miedo, la verdad”.

CAÍDA DEL CONSUMO

Un temor en el sector es que la actual situación puede acabar llevando a una reducción del consumo de aceite de oliva, sobre todos si acaba llegando a los 12 euros el litro. “De hecho, ya ha bajado el consumo a nivel nacional”, apunta el gerente de la Almazara de Lubrín, que espera que la situación “se relaje un poco porque el sistema psicosis no es bueno”. En este sentido, recomienda esperar a ver cómo arranca la nueva campaña.

“Puede ser que la gente se pase a otros aceites más económicos y dejen el virgen extra para crudo”, comenta Manuel Calvache, quien, no obstante, afirma que “hay gente, sobre todo la mayor, que está acostumbrada al de oliva” y es más difícil que opte por otras alternativas.

En esta misma línea, Rafael Úbeda cuenta con que el consumo de aceite de oliva descenderá, aunque solo sea porque hay menos producción. “Sobre todo va a afectar a los envases de 5 litros, que es el que habitualmente se usa en las casas para cocinar, para los guisos”, apunta el presidente de Castillo del Desierto, que, por otra parte, confía en que “se va a mantener o incluso a subir el consumo de aceite de oliva virgen extra para aliñar o para acabar los platos”. En este sentido, recomienda “utilizar virgen extra en crudo en lugar de salsas menos saludables o usarlo para hacerlas más saludables, como una mayonesa o un alioli con virgen extra”.

SI BAJA EL CONSUMO, BAJARÁ EL PRECIO

Una caída de ventas, por otra parte, implicaría una bajada de precios. Es lo que apunta Rafael Alonso, que calcula que “en el momento en que las ventas mensuales bajen de las 50.000 toneladas, teniendo en cuenta que la media esta campaña ha sido de entre 80.000 y 90.000 y en una campaña normal, cuando hay mucho aceite, salen entre 120.000 y 130.000 toneladas, y se equilibre la oferta con la demanda, el precio puede bajar o estabilizarse”.

El director comercial de Oro del Desierto dibuja incluso un hipotético panorama de futuro, si se dan ciertos factores, muy opuesto al actual, para ilustrar lo cambiante que es el sector del aceite del oliva. Así, explica, “si la próxima primavera no hay olas de calor y zonas como el secano de Jaén, que llevan dos años sin producir, lo hacen de nuevo, se pondrá el precio por los suelos”.

En este sentido, añade que “España tiene potencial suficiente para producir y vender más de 2 millones de toneladas, 180.000 toneladas al mes. Si sale una campaña así y otra razonablemente buena seguida, nos vemos con el aceite a dos euros”. Aunque, matiza, si se llegase a esta situación, “sería insostenible porque los agricultores no podrían mantener las explotaciones”.

Otro factor que se va a ver afectado por la actual escalada de precios es el de las exportaciones, donde se destina buena parte de la producción de aceite de oliva del país. Lo avisa Rafael García: “Lo que va a bajar muchísimo es la exportación, porque cuando vean los precios que hay en España, no les saldrán las cuentas, ya que no podrán subir la parte proporcional tanto como lo hacían cuando aquí valía 3 euros y fuera lo vendían a 10”. Aun así, asegura que, al final, “el aceite siempre tiene salida”. ■

Nace la Agrupación Oleícola Indaloliva

El pasado septiembre se presentaba en Almería la Agrupación Oleícola Indaloliva, una asociación impulsada por Castillo de Tabernas con el objetivo de mejorar las cosechas de aceituna, aumentar la cantidad y calidad del aceite que se produce en la provincia e incrementar a nivel internacional el prestigio de nuestro aceite de oliva virgen extra, que ya cuenta con gran reconocimiento en todo el mundo.

Para ello, Castillo de Tabernas ofrece su experiencia y conocimientos en el cultivo del olivar y la extracción de aceite de oliva virgen extra a todos agricultores de Almería con pequeñas fincas de olivos. Entre otras acciones, "vamos a molturar en nuestra almazara para otros agricultores, con nuestra garantía de calidad", explica a Foco Sur Rafael Úbeda, presidente de Castillo de Tabernas y también de la Agrupación Oleícola Indaloliva, que confirma que seguirán vendiendo bajo esta marca el aceite que proviene de sus fincas mientras que "el de otros agricultores llevará la marca Indaloliva".

En la presentación de esta iniciativa, en la sede de la Diputación de Almería, Úbeda explicó que "30 años después del inicio de nuestro proyecto con Castillo de Tabernas, queremos trasladar nuestra experiencia a todos aquellos agricultores que tienen pequeñas fincas de olivar y no poseen recursos o conocimientos suficientes para la gestión de sus plantaciones de olivos y la posterior extracción del aceite de oliva".

Asimismo, añadía que "este proyecto surge para dar respuesta a la gran cantidad de agricultores que se han dirigido a Castillo de Tabernas en busca de asesoramiento para sus labores agrícolas, e incluso preguntando por la posibilidad de molturar sus aceitunas en nuestra almazara". Y deseaba que "con esta agrupación oleícola se incremente la cantidad de producción de aceitunas de pequeños propietarios, se mejore la calidad del aceite de oliva y se incremente la rentabilidad de los olivares de Almería".

La Agrupación Oleícola Indaloliva tendrá dos tipos de socios: agricultores propietarios de fincas de olivar y socios prestadores de servicios, profesionales o empresas relacionadas con el sector del olivar y el aceite de oliva. Todos dispondrán de un catálogo de servicios gratuitos y tendrán acceso a servicios especiales, que serán de pago, pero con mejores tarifas que las que existen actualmente en el mercado.

Para abaratar los costes de producción de los pequeños agricultores, se pondrán en marcha servicios como el asesoramiento en los métodos de cultivo, la mejora de la producción y de la calidad, la compra conjunta de abonos, suministros y materiales, la prestación de servicios para las labores del campo o directrices para conseguir el mejor aceite de oliva virgen extra. Así, desde la agrupación destacan que están abiertos a todos aquellos pequeños productores de Almería que quieran seguir evolucionando, creciendo y mejorando el sector sobre la base de las buenas prácticas agrícolas y la calidad.



Presentación de la Asociación Indaloliva.

The image is a promotional graphic for a radio show. On the left, there is a large graphic with the text "MÁS DE UNO" in large, bold, white letters, followed by "TODA LA INFORMACIÓN Y ACTUALIDAD" in smaller white text. Below this, there is a green banner with the text "CARLOS ALSINA" in white. To the right of the banner, there is a portrait of a man with grey hair and a beard, wearing a dark suit and white shirt. At the bottom left, there is a logo for "ONDA CERO" with the text "TU RADIO" below it. The overall design is clean and professional.