

Las ventas de aceite de oliva caen un 2,38% en lo que va de campaña

Redacción, 09/09/2010

Según los datos facilitados por la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (Anierac)

Las ventas de aceite de oliva en lo que va de esta campaña han alcanzado los 278,22 millones de litros, un 2,38 por ciento menos que durante el mismo período de la campaña 2008/2009, debido al descenso registrado en la comercialización de aceite oliva "intenso".

Así se desprende de los datos facilitados por la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (Anierac), que reflejan una caída en las ventas de aceite de oliva intenso entre noviembre de 2009 y julio de 2010 del 21,36 por ciento, hasta alcanzar los 52,37 millones de litros.

Por contra, la categoría de "Virgen" experimentó una subida del 16,18 por ciento, hasta llegar a los 2,91 millones de litros; la de oliva "suave" creció un 3,71 por ciento, situándose en 132,55 millones de litros; mientras que la de "Virgen Extra" se incrementó en un 2,59 por ciento, hasta los 90,39 millones de litros.

En cuanto al orujo de oliva, su comercialización ha bajado esta campaña un 8,8 por ciento, hasta los 11,17 millones de litros.

Los datos de Anierac reflejan también una caída en las ventas de aceite de girasol (-4,22%, hasta los 219 millones de litros) y el de semillas (-10,86%, hasta los 21,23 millones de litros).

Así, las ventas totales de Anierac –oliva, orujo y semillas– entre noviembre de 2009 y julio de este año se situaron en 532,29 millones de litros, un 3,61 por ciento menos que en el mismo período de la campaña anterior.

La Asociación ha señalado, además, que durante los siete primeros meses del año ha puesto en el mercado un total de 418,69 millones de litros de los diferentes aceites –oliva, orujo y semillas–, lo que supone un descenso del 3,07 por ciento respecto al mismo período de 2009.