La mala cosecha complica que las exportaciones de Hojiblanca crezcan este año

Noticias
El pasado año fructificaron las labores realizadas durante ejercicios anteriores y se logró un importante aumento de las exportaciones, hasta comercializar 20.000 toneladas de aceite envasado y unas 90.000 a granel.

La mala cosecha de aceite de oliva que se ha registrado esta temporada dificultará que el grupo Hojiblanca siga creciendo en volumen de exportación, tras un 2012 en el que las ventas de este producto en el exterior crecieron un 45 por ciento.

Según explicó el director comercial de Hojiblanca, César Ruesgas, el pasado año fructificaron las labores realizadas durante ejercicios anteriores y se logró un importante **aumento de las exportaciones,** hasta comercializar 20.000 toneladas de aceite envasado y unas 90.000 a granel.

El aumento de las ventas de aceite envasado, que aporta valor añadido, ha sido posible fundamentalmente por el comportamiento al alza de las exportaciones en Brasil, Irán, Australia y China, aunque México sigue siendo el principal comprador.

Pese a la mayor demanda de aceite envasado, todavía la mayor parte de las exportaciones de aceite son a granel, que el pasado año ascendieron a 90.000 toneladas, con Italia y Estados Unidos como principales compradores de Hojiblanca.

El grupo mantiene su apuesta de incrementar las ventas en el exterior, pero **el desplome de la cosecha supone menos disponibilidad de aceite** y, por tanto, un aumento de precio, con lo que es probable que el consumo se resienta tanto en el mercado exterior como en el interno, ha indicado.

De las 246.000 toneladas de producción de 2012, este año se espera pasar a aproximadamente la mitad.

Según Ruesgas, esta diferencia entre campañas "no beneficia a nadie porque en los mercados exteriores no entienden la variabilidad de precios". Por ello, p**ara 2013 el reto de Hojiblanca es intentar "mantener volúmenes"** y consolidar las ventas de años anteriores porque "ante una situación de cosecha como ésta, el objetivo es -ha afirmado- cuidar lo que tienes".

El director comercial de Hojiblanca se mostró convencido del potencial de crecimiento que existe para las exportaciones de aceite de oliva, aunque ha reconocido que un precio elevado complica competir con otras grasas más baratas, como los aceites de soja o palma, que tienen una cuota superior al 50 por ciento del mercado.

En Europa, los principales países no productores que son consumidores de aceite de oliva son Francia y Alemania.

Redacción