



INFORMAÇÃO JANEIRO | 2024

Cofinanciado por:



[Qcom.es](https://www.qcom.es) é um jornal digital espanhol, criado e promovido por uma equipa de especialistas, com a intenção de unir os interesses da cadeia agro-alimentar e aproximá-los.

Editado pela Agrifood Comunicación, uma agência especializada no sector, o Qcom.es publicou, no passado dia 17 de Janeiro, um artigo em que tenta analisar a actual situação que se verifica ao nível dos preços do azeite.

Evidentemente que a situação em Portugal apresenta semelhanças com a que se verifica em Espanha, embora haja no território nacional assimetrias, eventualmente mais óbvias, que dependem das regiões de produção e de os olivicultores terem modos de exploração diferentes do olival e, assim, venderem azeite embalado ou a granel consoante os casos.

No entanto, dado que a análise que é efectuada no artigo é clara e objectiva face à situação que se vive em Espanha, decidimos fazer uma tradução livre da mesma e publicá-la, tendo em vista apresentar uma perspectiva sobre a actual situação de mercado que, evidentemente, tem repercussões em todo o mundo oleícola.

Quem ganha e quem perde com o azeite?

Sem dúvida que o preço recorde atingido pelo azeite durante as duas últimas campanhas, a passada 2022/23 e a actual 2023/24, é uma das notícias mais relevantes no actual panorama agro-alimentar. A raiz desta complexa situação reside na combinação de uma drástica redução da colheita de azeitona devido à seca e, conseqüentemente, à falta de água disponível para rega, assim como a um aumento inflacionário dos custos de produção que, com dificuldade, tem conseguido ser repercutido ao longo dos elos da cadeia de valor.

Noutros sectores produtivos, a escassa oferta disponível tem sido colmatada com importações, sendo o exemplo mais claro o sector dos cereais, onde, apesar de uma colheita nacional muito fraca na campanha de comercialização de 2023/24, que deveria ter feito subir os preços na origem, estes se situam a níveis que, juntamente com as produções baixas, mal cobrem os custos de produção, em resultado da abundante disponibilidade de cereais a nível europeu e mundial.

No sector do azeite, por outro lado, a Espanha é o principal produtor mundial, representando entre 30% e pouco mais de 40% do volume total da produção de azeite e entre 50-70%, do volume na União Europeia, com uma média de 1,45 milhões de toneladas entre 2018/19 e 2021/22, tendo atingido o recorde de 1,79 milhões na primeira campanha e quase 1,5 milhões na segunda, por comparação com uma produção média mundial de quase 3,5 milhões de toneladas nessas duas campanhas.

A seca das últimas duas campanhas alterou esta situação. Em 2022/23 a produção de azeite atingiu apenas 666.000 toneladas e, na actual, 2023/24, a previsão é de cerca de 750.000-760.000 toneladas, ou seja, mais 15% do que na anterior, mas metade do seu potencial médio de produção. Em volume, a campanha 2022/23 representou apenas 26% da produção mundial de azeite e 48% da produção europeia e, de acordo com a previsão para a actual campanha, 2023/24, será pouco mais de 32% da produção mundial e 54% da produção europeia.

As importações provenientes de outros países da UE (principalmente de Portugal e, em muito menor escala, de Itália e da Grécia) e de países terceiros (Tunísia, Marrocos, Turquia, Argentina, etc.) ultrapassaram, em média, as 200 000 toneladas nos últimos anos, mas apenas contribuíram para atenuar uma pequena parte do défice de abastecimento para satisfazer as necessidades da procura interna e do mercado de exportação, mas não para travar o aumento dos preços de venda do azeite na origem e no destino.

Então, estes preços elevados do azeite justificam-se? Sem dúvida que sim, embora nos pareçam exorbitantes e se possa pensar que alguns beneficiam (ou especulam) mais do que deviam de uma "dinâmica" que não parece ter mudado no início do ano, com preços de venda ao público a ultrapassarem os 10 euros/litro no destino, sobretudo nas marcas próprias dos olivicultores, estando prestes a acontecer também nas marcas da distribuição.

Preços elevados, sem beneficiários? Estes preços elevados do azeite significam um aumento dos lucros para o sector produtor ou para o resto da cadeia? A nível macro e em termos gerais, não; a nível micro ou individual, cada um faz as suas contas e conhece os seus resultados. Uns podem estar melhor se conseguiram, com irrigação, manter ou aumentar a colheita e/ou o volume de produção, enquanto outros, pelo contrário, podem

estar muito pior se a sua cultura é de sequeiro e tiveram de enfrentar custos de produção, assim como produtividades, muito baixas.

Por seu lado, os embaladores e comercializadores industriais, no mercado nacional ou no estrangeiro, terão tido de ajustar ao máximo as margens nas suas negociações com as cadeias de distribuição, suportando também custos de produção mais elevados, sobretudo devido ao elevado preço do azeite como matéria-prima destinada a loteamentos.

Em geral, a distribuição terá tentado conter as margens destes operadores, mas dificilmente abrandou quando se tratou de aumentar o preço de venda ao consumidor, apesar de isso significar vender menos em volume. A redução do IVA, decretada pelo governo de 10% para 5% e agora prorrogada até meados de 2024, e a que ainda não entrou em vigor, de 5% para 0%, irão significar alguns cêntimos por litro de diferença no preço de venda ao consumidor.

Os preços elevados do azeite já estão a ter um impacto na evolução do seu consumo? Sim, podem fazer com que muitos consumidores deixem de consumir esta gordura vegetal tão apreciada, caso o mercado continue sob pressão, embora tudo dependa também da situação económica global. A procura no consumo interno já está a diminuir cerca de 40% em relação à média das últimas quatro campanhas e as exportações estão a diminuir 35%, níveis ainda inferiores ao aumento dos preços, que mais do que duplicaram em relação à média das quatro campanhas anteriores e que aumentaram mais de 50% somente nas duas últimas campanhas.

Esta evolução do mercado é sustentável no tempo? Não. A médio prazo, o ideal seria encontrar um meio-termo, um melhor equilíbrio entre a oferta e a procura, com preços remuneradores para toda a cadeia de valor, que não afastem os consumidores e os mercados externos, que têm sido tão difíceis de conquistar.

Embora nesta situação complexa possa haver agentes ou operadores individuais que beneficiam ou, pelo menos, mantêm as suas margens, em termos gerais nenhum elo da cadeia de valor ganha (ou ganha menos do que o esperado) e todos perdem (embora alguns percam mais do que outros).

Má colheita e custos elevados. Conforme analisado pela Associação Espanhola de Municípios Olivicultores (AEMO), os olivicultores estão, em geral, a passar um mau bocado dado que, apesar de o preço no produtor ser muito elevado, o volume disponível para venda no mercado é muito reduzido, com o agravante de os custos de produção continuarem a ser muito elevados, sendo 60% superiores por quilo de azeite produzido, face ao passado.

Precisamente, esta Associação actualizou o seu estudo sobre a "Aproximação dos custos de produção de azeite para 2023", no qual afirma que, devido à inflação (aumento dos preços no custo do trabalho, de produção e outras actividades) e à redução da colheita, produzir um quilo de azeite em Espanha mais do que duplicou na última campanha (2022/23), algo que se repete na actual campanha (2023/24). Isto significa que, apesar dos elevados preços do azeite no mercado, os olivicultores não vêem a sua actividade remunerada na maioria dos casos.

Quanto aos lagares industriais ou cooperativos, a situação também não é nada favorável. Têm muito menos volume de azeitona para moer, mas mantêm os custos fixos de pessoal, energia, amortização dos investimentos, etc., que resultam da simples abertura de portas, o que implica a multiplicação dos custos por unidade de produção. Daí, as diversas iniciativas acordadas por várias cooperativas nesta campanha, tendo em vista concentrar a produção e a moagem num único lagar, a fim de economizar nos custos fixos.

Por sua vez, os embaladores e os comerciantes de azeite não têm outra alternativa senão transferir os preços elevados do azeite na origem para a distribuição, o que não é nada fácil dado que esses aumentos geram maiores tensões e pressões negociais, tendo em vista a colocação do seu produto nas prateleiras ou no mercado internacional. Assim, os preços elevados da matéria-prima que embalam não lhes geram maiores lucros, não só pelas enormes dificuldades de os fazer repercutir nos elos seguintes da cadeia, mas também porque têm menos oferta para vender. Se conseguirem manter ou não perder muito nas margens de lucro, já é muito.

A distribuição grossista e retalhista, por seu lado, também tenta manter ao máximo as suas margens, tendo em conta o elevado preço a que o azeite engarrafado é oferecido. Mesmo assim, tentam não perder ou perder o menos possível, uma vez que também têm de suportar

vendas mais baixas em todas as referências de azeite, pois repercutem os preços elevados da matéria-prima nos seus preços de retalho e, ao mesmo tempo, têm de enfrentar a concorrência comercial dos seus pares. De qualquer modo, são os que menos perdem porque podem compensar esta perda com aumentos de preços noutros produtos da categoria das gorduras vegetais ou na vasta carteira de vendas de produtos alimentares e bebidas.

Por último, os consumidores, no final da cadeia de valor, são os outros grandes prejudicados, juntamente com a maioria dos produtores, sobretudo porque, perante os preços elevados, têm de decidir se mantêm ou reduzem o seu consumo. No entanto, a resistência e a fidelidade a este produto alimentar emblemático está a surpreender todos os intervenientes no sector do azeite, apesar da subida acentuada dos preços de venda nas prateleiras, dado que esperavam um maior efeito de "substituição" por outras gorduras vegetais, nomeadamente o óleo de girassol. Será que os consumidores compreenderam finalmente que, ao consumirem azeite virgem extra estão a consumir produtos mais saudáveis, como já acontece noutras partes do mundo? Eventualmente.

O mercado ainda está a resistir. É um facto que o consumo está a diminuir entre 30% e 40% em volume, mas este ajustamento significativo está a ser apoiado, uma vez que, por um lado, a oferta também diminuiu mais de 50% do que o habitual, e os preços de retalho aumentaram em média quase 55% (dados do IPC (consumidores) de Dezembro de 2023 em comparação com o mesmo mês de 2022), com variações para cima ou para baixo dependendo das categorias, qualidades e centros de distribuição (supermercados ou hipermercados). No seu último estudo, a organização de consumidores e utilizadores detectou um aumento médio dos preços durante o último ano de 69,3%, sendo os mais elevados de 75,8% no Carrefour, 73,9% no Alcampo, 71,3% no Eroski, 69,2% no Hipercor, 68,2% no DIA e 57,3% no Mercadona.

Na primeira quinzena de Janeiro os preços do azeite na origem continuaram a subir no mercado interno e muitos dos grupos de distribuição fizeram o mesmo com os preços de venda ao público, devido ao facto de a comercialização do azeite, apesar dos preços elevados, se manter bastante firme e a produção ser claramente maior do que no ano anterior. Em termos de preços médios, os preços do Azeite Virgem Extra na segunda semana

de Janeiro já ultrapassavam os 9.000 euros/tonelada, os preços do azeite virgem situavam-se entre os 8.800 e os 9.000 euros/tonelada e os preços do azeite lampante, dependendo do grau de acidez, subiam para os 8.200-8.600 euros/tonelada. Os números provisórios da produção nacional de azeite nos primeiros três meses da campanha (Outubro-Dezembro), segundo os dados provisórios da Agência de Informação e Controlo Alimentar (AICA), confirmam que as estimativas efectuadas até agora, de cerca de 755.000-765.000 toneladas na actual campanha serão cumpridas.

Em Dezembro, foi registada uma produção de 321.158 toneladas, elevando o volume total do primeiro trimestre de 2023/24 para cerca de 585 000 toneladas. Há ainda alguns meses fortes a contar, como Janeiro e parte de Fevereiro, a não ser que a colheita tenha sido tão antecipada que, em Fevereiro, quase não haja azeitonas para colher. Nos meses seguintes, de Março a Maio, ainda haverá alguns pequenos ajustes na produção, mas a maior parte está centrada nos meses anteriores.

No último mês de 2023, os dados provisórios apontaram para a colocação no mercado de quase 97.000 toneladas (cerca de 32.200 toneladas destinadas ao mercado interno e 64.600 toneladas para exportação), incluindo neste valor cerca de 30.000 toneladas de importações previstas, que ainda terão de ser consolidadas nos próximos meses. Neste primeiro terço da campanha o mercado já absorveu cerca de 260.000 toneladas (cerca de 170.000 toneladas exportadas e 90.000 toneladas no mercado interno aparente), deixando um stock em 31 de Dezembro de 2023 de mais de 631.000 toneladas (cerca de 255.300 toneladas mais do que em Novembro), das quais mais de 460.000 toneladas estavam em lagares, 165.000 toneladas em embaladores e pouco menos de 4.000 toneladas na Fundación Patrimonio Comunal Olivarero.

Com estes dados, justificam-se os preços elevados do azeite na origem e do PVP? Há respostas para todos os gostos. O que é normal é que, se as chuvas chegarem neste Inverno e, sobretudo, nos primeiros meses da Primavera, a situação ao nível dos preços_tenderá a normalizar (o que é algo que quase todos esperam), aguardando-se que a próxima colheita, no Outono (época 2024/25), possa pelo menos voltar a ultrapassar um milhão de toneladas.

Para já, a situação dos preços de mercado mantém-se e ninguém se atreve a prever o que poderá acontecer dentro de mais de três a seis meses. Os limites máximos dos preços médios do azeite têm vindo a descer gradualmente. Agora existe o tecto de 10 euros por litro, que parece difícil de ultrapassar sem afectar drasticamente o consumo ou as exportações, mas isto também foi dito quando estava a 5, 6 ou 8 euros/litro. Caberá, portanto, ao mercado, como noutras ocasiões, julgar e impor os ajustamentos que tiver de impor.

Fonte: [Qcom.es / artigo](https://qcom.es/artigo)

Preço do azeite nos principais mercados europeus:

Fonte: COI Dezembro 2023

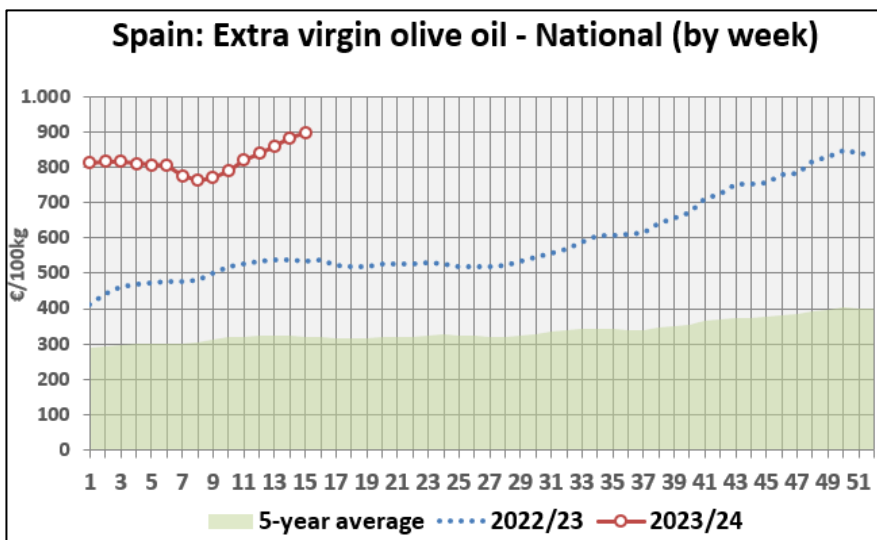
Bari, em Itália, Chania, na Grécia, e Jaén, em Espanha, são os mercados de azeite mais representativos da UE. Abrangem mais de 60% da produção mundial de azeite, tendo assim um enorme impacto nos outros países produtores.

Jaén: de acordo com os últimos dados do COI, o preço do azeite virgem extra é de 747,5 euros por 100 kg (+48,8% em relação ao mesmo período da campanha anterior). O azeite refinado situava-se em € 715 por 100 kg (+ 81.2% em comparação com o mesmo período da campanha anterior - 0,325 cêntimos/kg do azeite virgem extra).

Bari: o COI coloca o azeite virgem extra em 900 euros por 100 kg (+47,5% em comparação com o mesmo período do ano anterior).

Chania: o preço do azeite virgem extra foi de 690 euros por 100 kg (+55,1% em relação ao mesmo período da campanha anterior).

Trás-os-Montes: Os últimos dados relativos ao preço do azeite virgem extra em Trás-os-Montes, situam-no em 770 euros por 100 kg.



Evolução do preço do azeite virgem extra em Espanha durante as primeiras 15 semanas da campanha 2023/2024

Fonte: Comissão Europeia / Dezembro de 2023