

Las ventas de aceite de oliva bajan un 1,1% a un mes del cierre de la campaña

Las ventas de aceite de oliva alcanzaron los 320 millones de litros entre octubre de 2015 y agosto de 2016, a un mes del cierre de la campaña, lo que supone un 1,1% menos que en los mismos meses de la campaña anterior.

Según informa la Asociación Nacional de Industriales y Envasadores de Aceites Comerciales (Anierac), el virgen extra, con unas ventas en la campaña de 101,7 millones de litros se mantiene casi al mismo nivel que en la campaña anterior, mientras que el virgen, con 39,6 millones de litros vendidos en esta campaña pierde un 15,6% con respecto al anterior.

Por su parte, de la categoría suave salieron 118,8 millones de litros por debajo de los 122 que se vendieron en la campaña anterior. La única categoría que marca un comportamiento positivo es la del intenso, que en el periodo gana algo más de 7 millones de litros, con unas salidas que rondan los 60 millones de litros.

En cuanto al aceite de orujo de oliva se comercializaron 17 millones de litros que suponen un aumento del 18,1% respecto a la campaña anterior.

Por último, el aceite de refinado de girasol suma algo más de 158 millones de litros vendidos entre enero y agosto, lo que supone una disminución del 2,3% respecto a las ventas del periodo enero/agosto de 2015.

En este grupo tras el girasol, destacan las ventas del refinado de semillas con una cifra que asciende a 55,43 millones de litros en lo que va de año, que son un 10,5% más de lo que salió en el mismo periodo de 2015.

Lien article : 