

Situación actual y perspectivas de futuro del mercado nacional e internacional del aceite de oliva

El cultivo del olivar está presente en más de treinta países del mundo, con 11 millones de hectáreas, de las cuales algo más del 72% se localizan en zonas de montaña. En total, se estima que existen unos 1.300 millones de olivos, de los que el 82% se manejan en secano y el 18% restante en regadío. En este artículo se presenta un análisis de la producción y comercialización del aceite de oliva tanto a nivel nacional como internacional, así como una serie de medidas para afrontar la situación de los mercados.

Cristóbal Gallego.

Presidente del consejo sectorial de Aceite de Oliva de FAECA y presidente de Jaencoop.

En España se contabiliza una superficie dedicada a olivar de 2,57 millones de hectáreas, de las cuales 1,88 millones (el 73%) están en secano, y 689.300 ha (27%) en regadío.

Andalucía, con el 60% de esta superficie nacional (aproximadamente 1,5 millones de hectáreas), es la comunidad autónoma con mayor superficie de olivar, seguida por Castilla-La Mancha (16%), Extremadura (10%) y Cataluña (4,5%).

Países como Australia, Argentina y Egipto han aumentado su producción media por encima del 100% y otros países productores del Mediterráneo como Argelia, Jordania, Marruecos y Túnez, en algo menos del 50%, pero aunque el incremento porcentual de la producción de la UE es "sólo" del 6,4%, éste supone en términos absolutos el mayor incremento a nivel mundial con 127.900 toneladas más de producción media.

En la campaña 2009/10 la producción mundial de aceite de oliva se estima en 3.076.400 toneladas. La UE-27 es el principal productor mundial, con 2.343.400 t (76,17%), seguida de Siria (5,21%), Turquía (5,10%) y Túnez (4,86%). Los seis principales productores de la cuenca mediterránea no europeos (Siria, Turquía, Túnez, Marruecos, Argelia y Jordania), reúnen alrededor del 20% de la producción mundial.

La producción de aceite de oliva de la UE-27 en la campaña 2009/10 asciende a 2.343.400 toneladas, siendo España el principal productor. Según datos de la Agencia para el Aceite de Oliva, la producción nacional de aceite de oliva de la campaña 2009/10 asciende a 1.395.000 toneladas. Tras España, se sitúan Italia (con el 23,04% de la producción comunitaria), Grecia (14,85%) y Portugal (2,13%).

Andalucía, con 1.167.298,45 toneladas (83,7% de la producción nacional en 2009/10) es, de forma muy destacada, la comunidad autónoma con mayor producción. Le siguen a distancia Castilla-La Mancha

(6,1%), Extremadura (4,3%), Cataluña (2,3%) y Valencia (1,3%).

Exportación y consumo

Según datos del Instituto de Comercio Exterior (ICEX) y la Agencia del Aceite de Oliva (AAO), durante la campaña 2008/09, España exportó 659.000 toneladas de aceite de oliva que representan el 64% de la producción nacional, 425.633 de las cuales además, se exportaron desde Andalucía.

El 77% de las exportaciones españolas y andaluzas fueron intracomunitarias. Italia es el principal mercado de destino (35-40% de las exportaciones).

Entre las campañas 1997/98 y 2008/09, las exportaciones de aceite de oliva de España y Andalucía han crecido un 50-55%. Durante la campaña 2009/10 las exportaciones españolas ascienden, según la Agencia para el Aceite de Oliva, a 805.200 toneladas, lo que supone un récord absoluto.

El consumo mundial de aceite de oliva superó a la producción durante la campaña 2008/09 en un 6%, mientras que el aumento de consumo entre las campañas 1990/91 y 2008/09 ha sido del 70%, superando a la producción en un 0,92% de media. En este período, la producción superó al consumo sólo en seis campañas (1991/92, 1996/97, 1997/98, 2001/02, 2003/04 y 2004/05).

Para la campaña actual 2009/10 el consumo ronda las 2.839.000 toneladas, una cifra que se sitúa por debajo de la producción obtenida, que asciende a 3.076.400 t.

El consumo de aceite de oliva representa alrededor del 3,5% del consumo total de aceites vegetales consumidos en el mundo



(soja -26%- , palma -21%- , colza -10%- y girasol -7%-).

En 2009 el 85,9% del aceite de oliva total consumido en hogares en España fue adquirido en supermercados, hipermercados y tiendas descuento. Para el aceite de oliva virgen y virgen extra, este porcentaje supone el 83,2%, lo que indica que las diferencias respecto a la distribución del aceite de oliva son mínimas y además respecto a 2004 apenas ha variado la distribución de los establecimientos de compra. Lo realmente importante ha sido la expansión de la marca blanca (en 2009, según Anierac supuso en torno al 50% de las ventas de virgen y virgen extra y el 80% en aceite de oliva, mezcla de vírgenes y refinados).

Se puede concluir que:

- ▶ Las 877.770 toneladas producidas de media en Andalucía en las últimas once campañas suponen alrededor del 83% de la producción española, del 42% de

la producción de la UE-27 y del 32% de la producción mundial.

- ▶ Producción y consumo mundial se encuentran muy ajustados. Prácticamente se consume todo lo que se produce, y el consumo ha ido aumentando a la par que han subido las producciones.
- ▶ La UE sigue copando aún más del 65% del consumo mundial. Fuera de la UE, la otra principal zona consumidora son los países árabes del Mediterráneo (alrededor del 15% del consumo mundial).
- ▶ En España, el 89% del aceite de oliva se consume en los hogares (el girasol predomina en el ámbito extradoméstico), adquirido fundamentalmente en supermercados, hipermercados o tiendas descuento (más del 85% de las compras).
- ▶ Las exportaciones españolas superan en las últimas campañas las 650.000 toneladas, de las que el 65% proceden de Andalucía.
- ▶ España es el primer exportador mundial. Más del 75% de sus exportaciones se producen dentro de la UE, fundamentalmente a Italia (35-40% exportaciones españolas).
- ▶ En 2008/09, tras España, el siguiente exportador mundial fue Italia (294.000 toneladas, la mayoría destinadas fuera de la UE) seguida de Túnez (110.000 toneladas).
- ▶ Del resto de países hay que destacar a Argentina, que ha triplicado prácticamente sus exportaciones en los últimos diez años y a Marruecos, de nuevo en auge tras unos años de caída. En todo caso sus cifras de exportaciones se mueven en el entorno de las 15.000 toneladas.
- ▶ En la campaña 2009/10, España ha logrando el récord absoluto de exportaciones con cerca de 805.200 toneladas.

Datos generales sobre costes de producción

Las explotaciones tradicionales, que suponen en torno al 85% de la superficie olivarera andaluza dedicada a aceite, tienen unos costes directos de explotación que oscilan entre 1,72 y 3,17 €/kg de aceite.

Dentro de éstas, las explotaciones de secano localizadas en zonas con limitaciones

edafoclimáticas (principalmente por altas pendientes), que representan alrededor del 35% de la superficie olivarera andaluza, presentan costes superiores a 2,23 €/kg aceite.

El olivar superintensivo presenta los menores costes directos por tonelada de aceite. No obstante habría que considerar la importante partida que supondría el coste por amortización de la plantación, cuyo valor depende de su periodo de vida útil, dato que, por la relativa novedad de este sistema, aún no está suficientemente contrastado en campo (los últimos estudios apuntan a una vida útil de en torno a quince años).

Almacenamiento privado

Los precios para activar el almacenamiento privado del aceite de oliva están fijados en:

- ▶ 1.779 €/t en el caso del aceite de oliva virgen extra.
- ▶ 1.710 €/t en el del aceite de oliva virgen.
- ▶ 1.524 €/t en el del aceite de oliva lampante con una acidez libre de 2 grados, importe que se reducirá en 6,10 €/t por cada grado de acidez de más.

Desde la campaña 1997/98, que es cuando se fijaron estos precios, hasta finales de 2009 el Índice de Precios al Consumo (IPC) ha subido un 37,40%, el Índice de Precios Pagados los ha hecho en una cuantía ligeramente inferior (un 31,39%), mientras que el Índice de Precios Percibidos (por la venta de aceite oliva), por el contrario, desciende ligeramente un 1,59%.

A la vista de la evolución de los indicadores de precios es evidente que el precio de activación del almacenamiento privado ha quedado totalmente desactualizado, y que incluso, sin llegar aún a estos precios de referencia, la coyuntura de precios actual implica una situación de rentabilidad negativa para la gran mayoría de las explotaciones de olivar andaluzas. Esta situación se agrava, además, en la coyuntura actual donde el precio percibido por aceite (según el Índice de Precios Pagados) se encuentra a niveles prácticamente similares a los de la campaña 1997/98.

Por ello se considera conveniente la actualización de los precios de almacena-



miento privado según la tasa de variación del Índice de Precios Pagados, resultante en un incremento del 31,39% desde 1998 a 2009; de esta forma estaría teniendo en cuenta la evolución de los costes soportados por los agricultores. Así mismo, el hecho de haberse incrementado el IPC general en una cuantía superior a la de este indicador supondría no crear distorsiones ni discriminaciones respecto a otros sectores económicos.

Teniendo en cuenta todos estos factores podríamos proponer la siguiente actualización de los precios para el almacenamiento privado del aceite de oliva:

- ▶ 2.337 €/t en el caso del aceite de oliva virgen extra.
- ▶ 2.247 €/t en el del aceite de oliva virgen.
- ▶ 2.002 €/t en el del aceite de oliva lampante con una acidez libre de 2 grados, importe que se reducirá en 6,70 €/t por cada grado de acidez de más.

Necesidades de cambio

Los aspectos más determinantes en la situación actual son:

- Modificación del marco comunitario:
 - Desacoplamiento de las ayudas.
 - Supresión del mecanismo de intervención.

- Defectuoso sistema de almacenamiento privado.
- Sistema de ventas en torno a una oferta atomizada y a la venta del producto a resultados (sin precio).
- Modificación del sistema de compra de los aceites:
 - Dimensión de la industria envasadora.
 - Gran poder de la distribución.
 - Proliferación de la marca blanca.

Este cúmulo de circunstancias conforman un mercado inestable, de modo que pequeñas variaciones en la disponibilidad del producto provocan fuertes interacciones de precios. Por ejemplo, el balance de la campaña 2009-10, deja las siguientes cifras:

- Stock inicial: 205.200 t.
- Producción total: 1.398.800 t.
- Importaciones: 45.900 t.
- Salidas al mercado: 1.346.900 t.
- Stock final: 303.000 t.

Propuestas

Como medidas prioritarias para mejorar la rentabilidad en la producción del aceite de oliva se propone:

- Abaratamiento de costes en todos los eslabones de la cadena y medidas que mejoren la competitividad.

- Asumir el liderazgo en la Unión Europea.
- Modificación del Reglamento de almacenamiento, actualizando los precios de desecadenamiento.
- Control del fraude.
- Fomento de la calidad y la información al consumidor, promoción del producto.
- Mejora de la presentación del canal horeca.
- Permitir a la interprofesión actuar sobre el mercado en situaciones de crisis.
- Restablecer el equilibrio entre oferta y demanda:
 - Concentración de la oferta en torno a proyectos empresariales de comercialización.
 - Acuerdo con la distribución:
 - Defensa de la calidad y la marca del productor.
 - Garantía de servicio a los proveedores.
 - Acuerdo en los plazos de pago.

Claves del éxito del modelo cooperativo

Las sociedades cooperativas mantienen un poder latente en el mercado de origen pero a veces no lo pueden hacer realidad porque las cooperativas no están unidas, no tienen suficiente dimensión. Por ello nos enfrentamos a un nuevo reto: emprender procesos de integración.

Las claves del éxito del modelo cooperativo son:

- Política de calidad.
- Liquidación por calidad.
- Política de crecimiento:
 1. Fusión de cooperativas de primer grado.
 2. Integración de cooperativas de primer grado en cooperativas de segundo grado. El cooperativismo de segundo grado se ha mostrado como un buen modelo de crecimiento comercial.
 3. Fusiones de cooperativas de segundo grado.
 4. Alianzas con otras empresas no cooperativas.
 5. Compra de empresas del sector.
- Desarrollo de proyecto de envasado.
- Internacionalización.
- Apuesta por la I+D+i. ●