

# **Diagnóstico y Análisis Estratégico del Sector Agroalimentario Español**

*Análisis de la cadena de producción y distribución del sector del aceite*

*Resumen ejecutivo*



MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN

Este sector incluye todos los aceites provenientes del oliva (aceite de oliva, aceite virgen y virgen extra y aceite de orujo de oliva) y de los aceites de semillas. Entre ellos hay elementos comunes y diferenciadores; algunas empresas trabajan con todas las producciones y en varias fases de la cadena de producción, mientras otros lo hacen sólo en algunas.

El trabajo incluye un análisis de la estructura industrial y empresarial de la cadena de producción.

## Contenido

Los principales rasgos del consumo de los productos finales	4
La distribución de los aceites	5
Características de los mercados que repercuten en la cadena de producción	5
El Comercio exterior y su influencia en la cadena de producción	6
La producción nacional y sus tendencias	7
Análisis de la estructura industrial de la cadena de producción	7
Análisis de la estructura empresarial	12
Principales tendencias	14
Principales problemas	15
Recomendaciones	15

## Los principales rasgos del consumo de los productos finales

- La producción mundial de aceites provenientes del olivar está en torno a las 2,4 millones de toneladas. El 98% de esta producción corresponde a países ribereños del Mediterráneo. Por el momento se mantiene un equilibrio entre la producción y el consumo en el ámbito mundial.
- El peso del área mediterránea en el consumo mundial oscila en torno al 84%. La Unión Europea alcanza el 70%.
- El consumo de los países no productores está subiendo, aunque las cantidades son aún muy bajas. Destacan los incrementos del consumo en Australia, Canadá, Brasil, Japón y Estados Unidos.
- El consumo total de aceites y margarina se mantiene en torno a 850.000 millones de litros.
- El consumo español de grasas se basa en los aceites. El aceite proveniente del olivar, que incluye el aceite virgen y el virgen extra y el aceite de oliva, alcanza el 60% del total. En segundo término se encuentra el aceite de girasol.
- El consumo de mantequilla y margarina se ha estancado en los últimos años, manteniéndose aquél en torno a los 0,5 Kg. por habitante y año.
- El 90% del consumo de aceite de oliva se realiza en los hogares.
- El consumo de aceite de oliva virgen y virgen extra ha aumentado considerablemente, debido fundamentalmente a la mejora de la calidad, a su buena imagen ante el consumidor, al incremento de las ventas por parte de las almazaras y a la estrategia de la gran distribución al respecto.
- Sigue existiendo un gran desconocimiento de los aceites por parte de los consumidores, aunque se está empezando a crear una cultura de aceites de calidad que identifica variedades y orígenes.

### Consumo total de aceites(millones de litros)

Producto	1999	2000	2001	2002	2003
Aceite de Oliva Virgen	100	84	113	136	138
Aceite de Oliva	390	375	378	368	373
Aceite de Girasol	303	306	284	255	265
Otros	45	65	60	52	47
<b>Total</b>	<b>838</b>	<b>830</b>	<b>835</b>	<b>811</b>	<b>823</b>

Fuente: La Alimentación en España.2003. MAPA.

## ***La distribución de los aceites***

### A.- Mercados de “radios cortos” o áreas próximas a las zonas de producción

- Se ha generado un importante y creciente mercado en el entorno de las almazaras especializado en aceite de oliva virgen y virgen extra. En el se valora la calidad diferencial y tienen más importancia las Denominaciones de Origen.
- Es un mercado ligado a la gastronomía local y vinculado al turismo de interior.
- Tiene una gran capacidad de crecimiento.

### B.- Mercados de las grandes urbes y las áreas geográficas alejadas de la zona de producción

- Existe un predominio acusado de la gran distribución.
- Predomina el consumo de aceite de oliva y de semillas, aunque está subiendo el aceite de oliva virgen y virgen extra.
- El peso de la marca de la distribución es muy importante en todas las categorías de aceites.
- La estrategia de la gran distribución en los últimos años ha permitido la llegada masiva de aceite virgen a los lineales.
- Los aceites de calidad diferencial llegan a los grandes núcleos de consumo a través de las tiendas especializadas en aceites o en productos gourmet y a través de los espacios de productos de la tierra, tradicionales o de gourmet de la gran distribución.

## ***Características de los mercados que repercuten en la cadena de producción***

### A. Los mercados de los graneles

- En España existe un enorme mercado de graneles debido a las escasas ventas de envasado por parte de las almazaras. Tiene lugar entre las almazaras y sus cooperativas de segundo grado por una parte y las refinerías y/o envasadoras por otra.

- El mercado de graneles se caracteriza por la existencia de pocos operadores que realmente tengan importancia en el ámbito nacional:
  - La oferta: A pesar de que existe un número alto de almazaras, son pocas las que tienen realmente peso en el mercado nacional. Hay unos 20 grandes productores, seguidas por un grupo de unas 150 empresas de tamaño mediano, y multitud de empresas pequeñas. El grupo líder está formado por menos de 10 empresas. Estas empresas tienen la mayor parte de la capacidad de almacenamiento.
  - La demanda: está formada por un grupo de menos de 10 grandes empresas refinadoras – envasadoras y compradores sobre todo italianos.
- En los últimos años ha mejorado mucho la transparencia de los mercados de graneles debido a:
  - El papel de la Agencia para el Aceite de Oliva.
  - El papel del PoolRed de precios de Jaén.
  - La mejora de la gestión comercial de los grandes grupos cooperativos.
  - El recientemente creado Mercado de Futuros del Aceite.

### ***El Comercio exterior y su influencia en la cadena de producción***

- La producción mundial de aceite de oliva ronda las 2.500.000 toneladas.
- Tanto las importaciones mundiales como las exportaciones han aumentado considerablemente en los últimos años, situándose en torno a las 500.000 toneladas, un 20% de la producción mundial.
- Las exportaciones del área mediterránea suponen del orden del 97% de las exportaciones mundiales. Las exportaciones de la Unión Europea alcanzan el 50% de las exportaciones mundiales.
- Las importaciones de la Unión Europea representan en torno al 25% del volumen mundial.
- El segundo importador mundial es Estados Unidos, con más del 35%, seguido de Canadá, Brasil, Japón y Australia.
- Los principales flujos internacionales son:
  - De los países de Sur del Mediterráneo hacia la Unión Europea.
  - De la Unión Europea hacia Estados Unidos, Australia, Japón y Canadá.

- España es exportador neto.
- Las importaciones españolas provienen de la Unión Europea (Grecia principalmente) destacan las importaciones del norte de África (Túnez) y Turquía.
- Las exportaciones españolas se dirigen sobre todo a la Unión Europea, especialmente Italia, Francia y Portugal.

### ***La producción nacional y sus tendencias***

- La producción española de aceites ocupa una posición relevante tanto en la Unión Europea como en el entorno mundial, debido a los aceites que provienen del olivar.
- La participación del sector de grasas y aceites en las ventas de la industria alimentaria se sitúan en torno al 9%; la facturación ha aumentado desde 1996 a 2001 un 67,6% hasta situarse en 424.000 €.
- La producción global de aceites de semillas se sitúa en torno a los 2-3 millones de toneladas.

### ***Análisis de la estructura industrial de la cadena de producción***

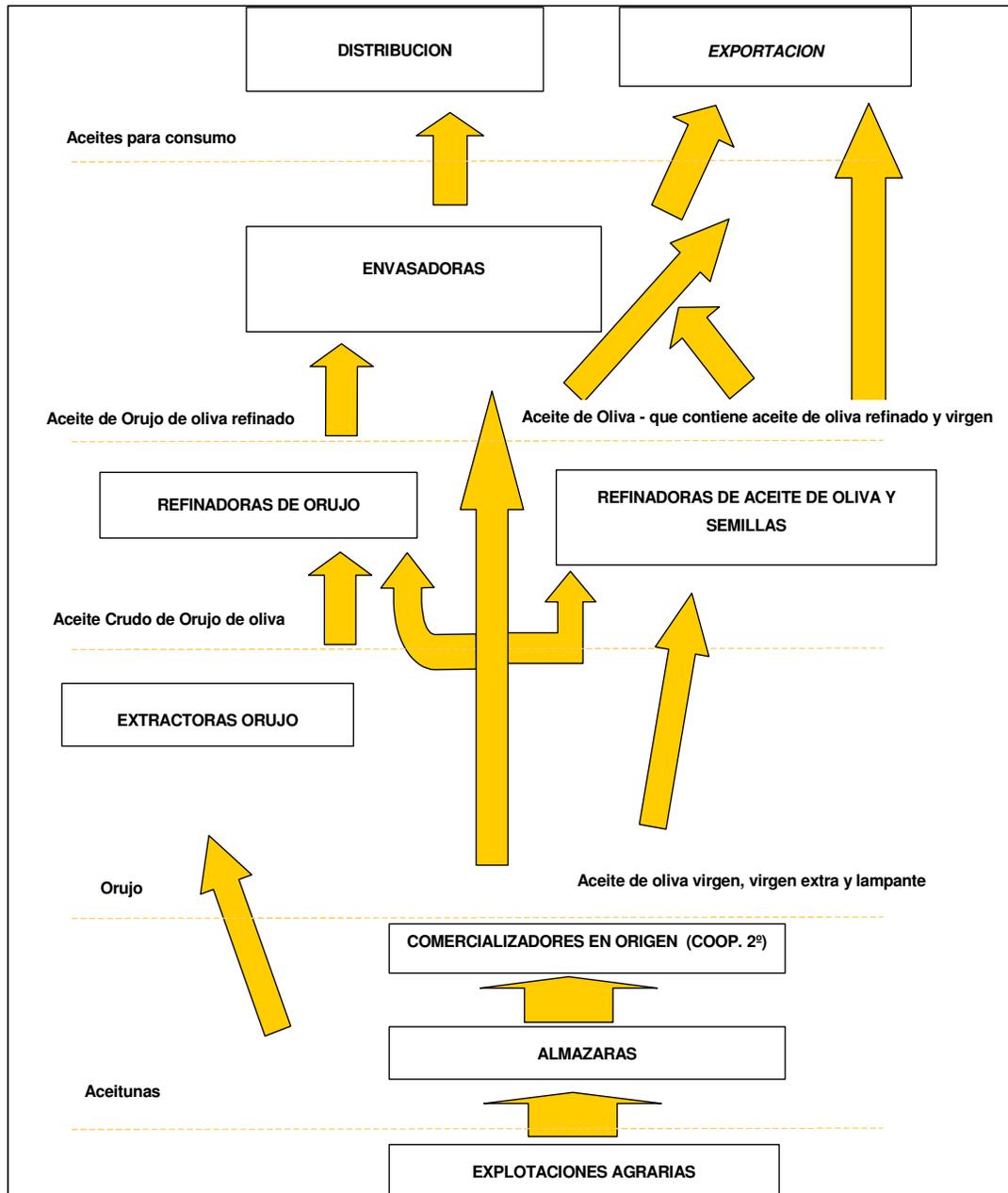
<b><i>Cadena de producción de los aceites provenientes del olivar</i></b>	
<b><i>Fase</i></b>	<b><i>Análisis</i></b>
Fase Agraria	<ul style="list-style-type: none"><li>• El cultivo del olivo se extiende en todas las CC.AA. con excepción de la Cornisa Cantábrica, Galicia y Canarias</li><li>• El cultivo se extiende en unos 2,4 millones de hectáreas de producción</li><li>• Cuenta con unos 650.000 cultivadores, con 3,5 hectáreas de tamaño medio por cultivador y se producen 900.000 toneladas de aceite</li><li>• Destaca Andalucía con el 62,74% de la superficie y el 82% de la producción</li><li>• Ha aumentado la calidad de la producción debido a las mejoras prácticas y a un adelanto en la recolección</li><li>• Ha aumentado el número de explotaciones cuya orientación principal es el olivar, lo que supone un incremento de la especialización</li></ul>
Fase Industrial: la fase de la molienda, las almazaras	<ul style="list-style-type: none"><li>• Existen en torno a las 1.700 almazaras, aunque únicamente 670 almazaras, que reúnen el 90% de la producción, molturan más de 250 toneladas</li><li>• Predominan las empresas cooperativas, que representan más de un 50% del número de almazaras y casi el 70% de la capacidad de molienda</li></ul>

<b>Cadena de producción de los aceites provenientes del olivar</b>	
<b>Fase</b>	<b>Análisis</b>
Fase Industrial: el comercio mayorista en origen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las almazaras se localizan en las zonas productoras. Andalucía cuenta con el 50% de ellas y más del 80% de la capacidad de molienda</li> <li>Desde la entrada en la UE, la mejora técnica y de gestión en las empresas ha sido muy importante</li> <li>Las almazaras detentan los dos tercios de la capacidad del almacenamiento</li> <li>Existen 20 grupos cooperativos de segundo grado de gran tamaño</li> <li>Entre todos ellos superan ampliamente el 50% de la producción española y tienen un peso muy significativo en el conjunto de la producción mediterránea</li> </ul>
Fase Industrial: las extractoras de orujo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existen 54 extractoras de orujo, algunas con instalaciones obsoletas</li> <li>Geográficamente se localizan cerca de la almazaras debido a las características de su materia prima</li> <li>Una parte muy importante de ellas está vinculada a las almazaras</li> </ul>
Fase Industrial: las refinadoras de aceite de oliva lampante	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existen 35 plantas modernas, con un nivel tecnológico alto y bien dimensionadas</li> <li>Compatibilizan el refino de aceite de oliva y de semillas</li> <li>La mayor parte de ellas también envasa</li> <li>Entre ellas se encuentran las mayores empresas del sector, que cuentan con marcas conocidas</li> </ul>
Fase Industrial: las refinadoras de aceite crudo de orujo de oliva	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existen 5 refinadoras, bien dimensionadas y con alto nivel tecnológico.</li> </ul>
Fase Industrial: las envasadoras de aceite	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existen entre 500 y 600 envasadoras de aceite. Algunas envasan ocasionalmente</li> <li>Existe una concentración importante. La primera envasadora tiene una cuota de cerca del 30% y las 6 primeras superan el 50%.</li> <li>Existen diversos tipos de envasadoras: <ul style="list-style-type: none"> <li>Las vinculadas a las almazaras, que suelen ser más pequeñas y sólo trabajan con aceite de oliva virgen y virgen extra</li> <li>Las vinculadas a las refinadoras: trabajan con todos los tipos de aceites, son mayores y algunas tienen marcas conocidas</li> <li>Las independientes y las vinculadas a la distribución. Trabajan con todos los tipos de aceites. Hay algunas muy grandes. Entre ellas algunas están especializadas en el canal HORECA</li> </ul> </li> </ul>
Fase Industrial: las exportadoras de aceite de oliva	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existen alrededor de 60 empresas que realizan exportaciones. Las cuatro mayores exportadoras manejan más del 60% del mercado</li> <li>Hasta hace unos años era una actividad restringida a pocas empresas, pero están entrando las cooperativas</li> </ul>

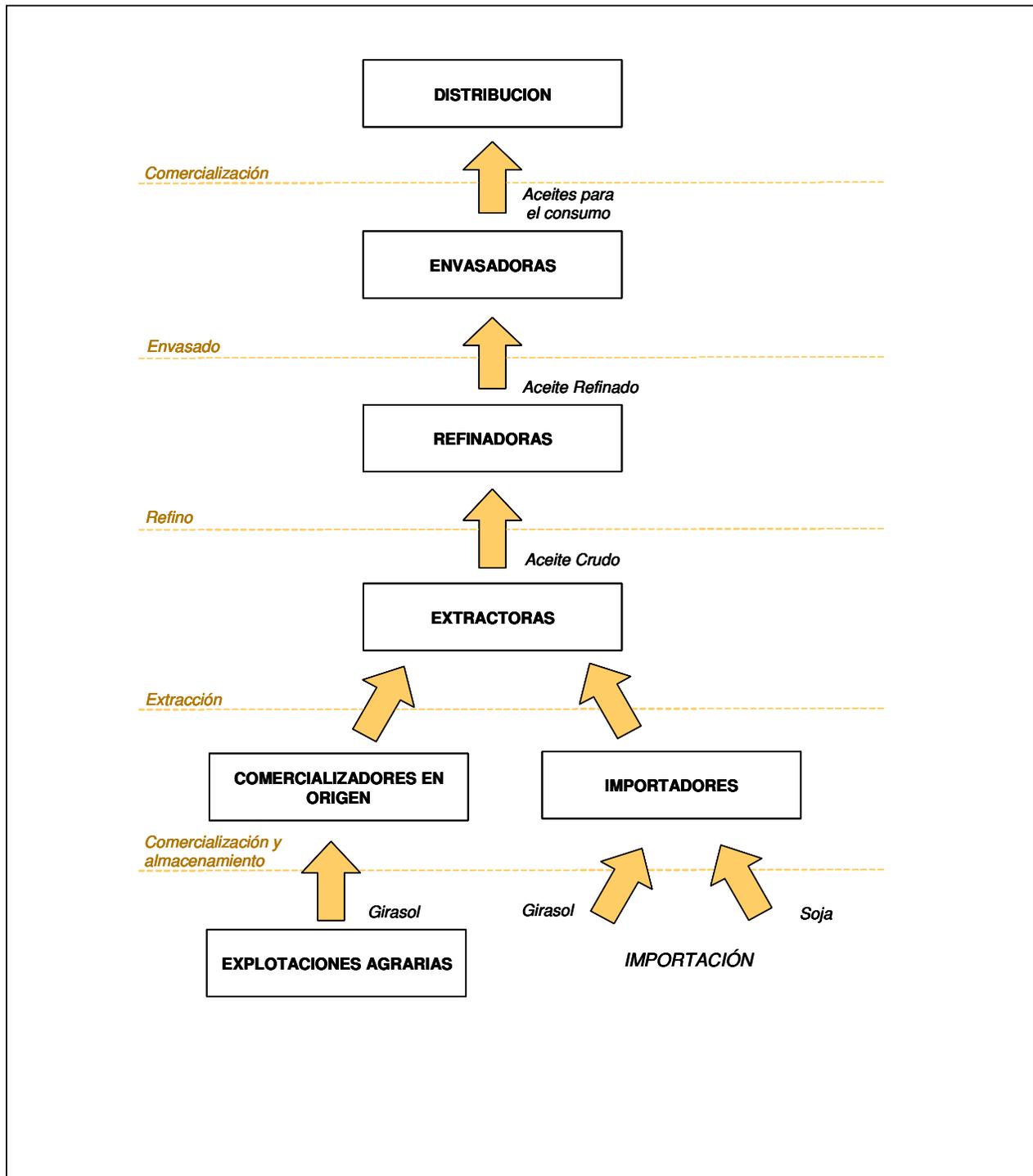
### *Cadena de producción de los aceites de semillas*

- Agricultores productores de semillas oleaginosas: Tienen características similares a los productores de cereales, aunque son menos numerosos
- Comercializadoras en origen: Cooperativas o almacenistas que suelen trabajar con más producciones
- Importadoras: trabajan sobre todo en la subcadena de soja. Son grandes operadores de los mercados internacionales de granos
- Extractoras de aceites de semillas: Existen unas 20 extractoras que realizan la molturación de semillas en la actualidad. Un elevado número de ellas opera en el sector coyunturalmente. Existen dos tipos de empresas: las de menor dimensión, suelen trabajar con aceite de orujo de oliva y de girasol, las mayores molturan girasol o soja. En la extracción de soja sólo hay dos empresas de relevancia. Únicamente ocho de las veinte extractoras que tienen actividad en el sector tienen volúmenes significativos
- Refinadoras: Son las mismas que refinan aceite de oliva, aunque hay refinadoras especializadas en semillas
- Envasadoras: El envasado de aceite de semillas es realizado por las mismas empresas que realizan el envasado del aceite de oliva con excepción de las almazaras y cooperativas de segundo grado

Estructura industrial de la cadena de producción del aceite de oliva



Estructura industrial de la cadena de producción de los principales aceites de semillas



## ***Análisis de la estructura empresarial***

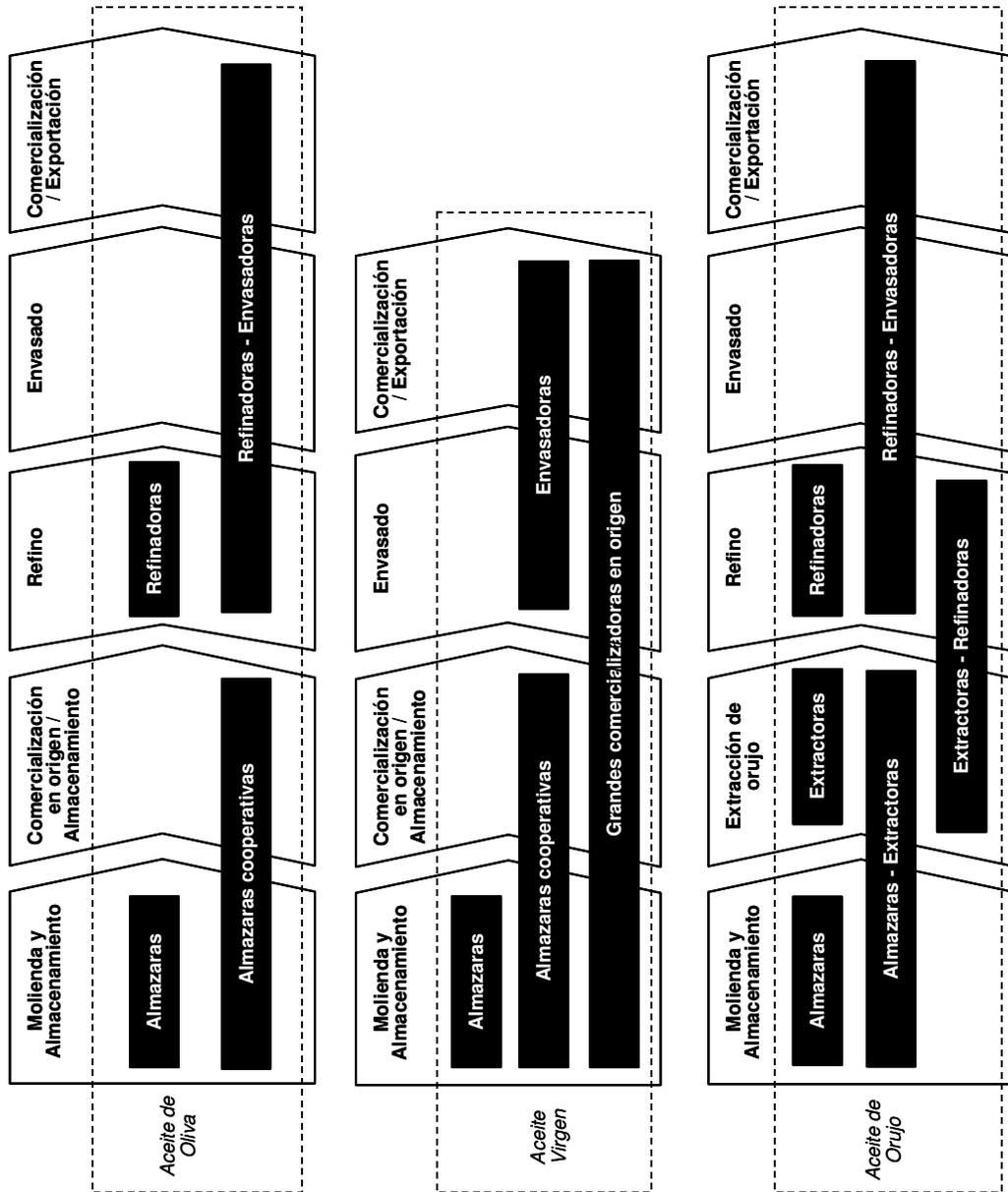
### ***Principales tipos de empresas en la cadena de producción de los aceites provenientes del olivar***

- Almazaras pequeñas independientes, son todas las que tienen producciones inferiores a las 500 toneladas y no están integradas en cooperativas de segundo grado, su cifra puede estar en torno a las 1.000
- Grandes almazaras y cooperativas de comercialización de segundo grado, Se consideran en este grupo las mayores almazaras independientes y las de segundo grado. Son unas 20 empresas. Unas 6 empresas concentran una parte importante del volumen comercializado. Existe un gran colectivo de almazaras de tamaño intermedio a las que se pueden aplicar en parte este análisis
- Extractoras de orujo, existen 54 empresas, muchas de las cuales adolecen de instalaciones obsoletas. En general son de dimensión reducida. En este apartado se considera a las que son básicamente extractoras de aceite de orujo de oliva, aunque tengan otras actividades secundarias en el sector
- Extractoras de aceites de semillas, Existen 20 empresas, de las que sólo 8 tienen cierta dimensión. Dos de ellas, de las de mayor dimensión, están especializadas en soja. Ambas están vinculadas a las grandes comercializadoras mundiales
- Refinadoras y envasadoras, Aunque hay 35 empresas en este grupo, existen unas 10 empresas con una cierta dimensión que refinan y envasan. Todas ellas trabajan con todas las gamas de aceites de consumo, incluido semillas, y suelen estar presentes en los mercados de exportación. Entre estas se encuentra la empresa líder, que reúne el 30% del aceite envasado. También en este grupo están las mayores exportadoras (las cuatro mayores exportan el 60% del volumen envasado)
- Envasadoras independientes, Dentro de estas empresas hay dos que se encuentran entre las mayores envasadoras. Una de ellas pertenece a la gran distribución. En este grupo algunas están especializadas en el canal HORECA

### ***Principales tipos de empresas de la cadena de producción de los aceites de semillas***

- Cooperativas de comercialización de girasol
- Almacenistas comercializadores de girasol
- Extractoras de aceite de soja vinculadas a las importadoras
- Extractoras de aceites de semillas vinculadas a la extracción de aceite de orujo e incluso el refinado. Muchas de ellas también envasan. El refino y el envasado suelen hacerse en instalaciones independientes
- Envasadoras independientes y/o vinculadas a la distribución en los canales alimentación y HORECA. Trabajan en todas las gamas de aceites

**Estructura empresarial de la cadena de producción del aceite de oliva**



## ***Principales tendencias***

### **Principales tendencias en los aceites provenientes del olivar**

- Continúa la mejora de la producción en origen
- Se mantiene un número muy alto de almazaras en activo, en parte vinculadas a calidades diferenciales. Sin embargo, un número más reducido muele la mayor parte de la aceituna
- Continúa el proceso de creación e incremento del tamaño de las cooperativas de segundo grado, que asumen parcialmente la gestión de sus asociadas
- Se ha consolidado un segmento de la producción de aceite ecológico
- Aunque muchas almazaras tienen línea de envasado, esta actividad se está concentrando en las cooperativas mayores y las de segundo grado. El envasado realizado en las almazaras y en las cooperativas de segundo grado es una parte pequeña de su aceite virgen extra
- Se ha iniciado la exportación desde las cooperativas de segundo grado. Sin embargo, esta actividad sigue muy concentrada
- Las almazaras y las cooperativas de segundo grado tienen pocas marcas reconocidas en el mercado, por lo que una de sus grandes salidas ha sido el envasado con marca de la gran distribución
- Los mercados de radio corto de las almazaras se han consolidado y pueden crecer más aprovechando el turismo de interior y mecanismos de venta específicos
- Se ha consolidado la marca de la distribución en todas las gamas y su estrategia de compras directas. Como consecuencia, ha aumentado el número de oferentes de aceite virgen a la gran distribución, dificultando la posición negociadora de las empresas refinadoras envasadoras tradicionales
- Apenas queda presencia del capital multinacional en el sector del aceite de oliva

### **Principales tendencias en los aceites de semillas**

- Se mantiene la presencia del capital multinacional vinculado a las grandes operadoras de graneles de cereales
- Se mantiene la vinculación con el sector de piensos, al que se destinan las tortas
- Se consolida la existencia de un número muy reducido de empresas que realizan la mayor parte de la extracción y una orla de empresas pequeñas que compatibilizan la actividad en este sector y en orujo de oliva. Previsiblemente algunas de éstas dejarán la actividad

## Principales problemas

<b>Principales problemas</b>		
<b>Ámbito del problema</b>	<b>Jerarquía</b>	<b>Problema</b>
Cuestiones generales	1	Falta de un planteamiento conjunto de los problemas comunes
	2	Falta de crecimiento del consumo y la exportación al ritmo de la producción, especialmente en aceite de oliva
	3	Mercado de graneles poco transparente y descualificado
	4	Descualificación del consumo
	5	Escaso envasado por parte de las almazaras y las cooperativas

## Recomendaciones

<b>Cuestiones generales</b>		
<b>Medida</b>	<b>Plazo de aplicación</b>	<b>Dirigida al mercado</b>
Desarrollo de la organización interprofesional	Corto y medio	Interior Exterior
Campañas genéricas de promoción del consumo e información a los consumidores	Corto y medio	Interior Exterior
Apoyo a los mecanismos que incrementen la transparencia del mercado	Corto y medio	Interior
Potenciación de la investigación	Medio y largo	Interior Exterior
Incremento del envasado en las ventas de las cooperativas y en la exportación	Medio y largo	Interior Exterior