



TENDENCIAS

Aceite de oliva

Crece la demanda mundial y la producción se extiende por América y Australia

JOSÉ LUIS MURCIA. Periodista

RESUMEN

Ni las presiones norteamericanas de los años 60 a favor del aceite de soja y en contra, por supuesto, del aceite de oliva al que achacaban ser origen de todos los males, ni el escándalo de la adulteración llevada a cabo con aceite de colza desnaturalizado en los primeros años de la Transición, que causó más de cien muertes y miles de afectados, han sido suficientes para desbancar esta grasa, de gran raigambre en España, de nuestra cocina y menos de borrarla como ingrediente imprescindible de la dieta mediterránea. Y es que la realidad es muy terca. Tanto que millones de olivos comienzan a poblar en los últimos años áreas de Argentina, Australia, Chile, Uruguay y Estados Unidos y su consumo comienza a ser popular en países del centro y norte de Europa, rompiendo de este modo la costumbre ancestral de cocinar con mantequilla por aquellos lares.

Este nuevo consumo de aceite de oliva supone una gran oportunidad para los países productores de aceite de oliva, sobre todo para España como primer productor mundial. Aunque simultáneamente también se extienden las áreas de producción y nuevos productos se incorporan al mercado mundial de este producto. Conocer las principales características y magnitudes del mercado mundial de aceite de oliva es importante para determinar la estrategia de producción y comercialización de los productores.

PALABRAS CLAVE: Aceite de oliva, países productores, consumo de aceite de oliva, dieta mediterránea.

Con casi 1,2 millones de toneladas de producción en la campaña 2008/2009, España, según cifras del Comité Oleícola Internacional (COI), se convierte en el líder mundial del aceite de oliva, gracias en gran medida al cultivo en Andalucía, que absorbe más del 80% del total, mientras que sólo la provincia de Jaén se acerca al 55% de total nacional, una tradición que se hace patente en la modernización de explotaciones e instalaciones, acelerada, sobre todo, a partir de los años 80 en los que médicos y nutricionistas, por fin, pusieron al aceite de oliva en su lugar.

Tras España, Italia se sitúa como segundo productor mundial, hace más de 40 años llegó a ser el primero, con 560.000 toneladas, prácticamente la mitad de España, aunque su cultura del aceite de oliva y sus habilidades de mer-

cadotecnia son tales que domina, en buena medida, el comercio exterior y, con excepción de Australia y algún otro país donde España ha llegado a liderar ventas, es el exportador mundial de referencia.

Con una producción aproximada en la última campaña de 370.000 toneladas de aceite de oliva, Grecia se erige en el tercer gran productor mundial, aunque el arraigo en la cocina y en sus usos y costumbres de esta grasa vegetal le sitúa como el mayor consumidor por persona del mundo con cerca de 23 litros al año, una cifra de la que se encuentra muy alejada España, que apenas llega a los 14 litros.

En conjunto, la Unión Europea acapara el 80% de la producción mundial, con 2,14 millones de toneladas, aunque el resto de los países cultivadores de aceitunas de transformación obtiene cantidades muy pequeñas, como es el caso de Portugal, con 50.000 toneladas; Francia, con 5.500 toneladas; Chipre, con 3.800 toneladas, y Eslovenia, con 400 toneladas.

Fuera de la Unión Europea, los países mediterráneos, tanto africanos como asiáticos, son también importantes productores. Así, Turquía y Túnez producen alrededor de 160.000 toneladas; Siria llega hasta las 125.000 toneladas y Marruecos sobrepasa las 90.000 toneladas. Con gran tradición, especialmente en su cocina habitual, se encuentran también Argelia, con 35.000 toneladas; Palestina, con 32.000 toneladas; Jordania, con 17.000 toneladas, y Libia, con 15.000 toneladas. Aunque con producciones menores cabe también resaltar a Líbano, con 7.500 toneladas; Israel, con 7.000 toneladas; Egipto, con 5.000 toneladas, e Irán y Arabia Saudí, con 3.000 toneladas.

Igual que ocurre con el vino, el aceite de oliva es también un producto que ha llegado al Nuevo Mundo, aunque mucho más tarde, y en estos momentos hay ya producciones de calado importante en Argentina, con 20.000 toneladas; en Australia, con 13.000 toneladas; en Chile, con 1.500 toneladas, y en Estados Unidos, más concretamente en California,



donde en 2009 ha recogido 2.000 toneladas de aceite de oliva.

La producción mundial en 2008 se sitúa por encima de los 2,7 millones de toneladas, mientras se prevé que el consumo alcance los 2,9 millones de toneladas, lo que haría rebajar ligeramente las existencias almacenadas de las campañas anteriores.

El mayor consumo mundial de aceite de oliva, con 750.000 toneladas anuales, se centra en Italia, por delante de las 600.000 toneladas de España, las 265.000 de Grecia, las 251.000 toneladas de Estados Unidos, las 106.000 toneladas de Francia, las 90.000 toneladas de Turquía y Siria y las 72.000 toneladas de Portugal. Pero no olvidemos la tradición que el aceite de oliva tiene en las cocinas de Túnez, que consume más de 70.000 toneladas, y Argelia y Marruecos, donde superan las 50.000 toneladas anuales.

El mayor consumo por persona y año se da en Grecia con una media de 23,7 litros, por delante de España con 13,6 litros, Italia con 13 litros, Túnez con 9,1

litros, Portugal con 7,1 litros, Siria con 6 litros, Marruecos con 1,8 litros, Australia y Turquía con 1,2 litros y Estados Unidos con 0,6 litros.

EL ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA

Andalucía ha producido en las últimas seis campañas un total de 910.135 toneladas de aceite de oliva, lo que supone el 82,6% del total nacional, por delante de Castilla-La Mancha, con 69.335 toneladas, un 6,3% de la producción, y Extremadura, con 43.528 toneladas, un 4% del total. Cataluña, con 29.588 toneladas, sería la cuarta, con algo menos del 3%; Comunidad Valenciana, con 23.380 toneladas, un 2%, la quinta, y Aragón, con 11.759 toneladas, la sexta. Del resto de comunidades autónomas sólo Murcia supera, por muy poco, las 6.000 toneladas, y Madrid apenas alcanza las 3.500 toneladas.

Durante la campaña 2007/08, la comercialización de aceite de oliva rozó los 1,2 millones de toneladas, de las que



662.900 toneladas fueron a parar a los mercados exteriores y 533.900 toneladas se distribuyeron en el circuito nacional. Las ventas externas fueron hacia otros socios comunitarios en un 79%, la mayoría de ellas a Italia, que luego revende buena parte de nuestra producción por su posición de liderazgo en el mercado mundial; mientras sólo el 21% fue a parar a países terceros, entre los que destacan Estados Unidos, Japón y Australia.

En general, las ventas externas de aceite de oliva funcionan bien para España, pero el rápido crecimiento de la producción ha servido para que los especuladores hagan su agosto, ya que la comercialización continúa estando muy diseminada y en muchas manos, hecho que favorece los intereses de los compradores, que en el peor de los casos pueden acudir a países de la competencia, en especial los del norte de África y Turquía, para abastecerse. Este hecho está desmotivando en exceso a muchos pequeños agricultores que ven cómo sus cosechas buenas o medianas se pagan a precios por debajo del coste, especialmente las de explotaciones ubicadas en zonas marginales y de secano.

La superficie de cultivo española dedi-

cada a olivar ascendió a 2,55 millones de hectáreas en 2008, con un aumento del 1,54% en relación con la campaña anterior, lo que supuso un incremento total superior a las 39.000 hectáreas. La modernización de las explotaciones indica que casi 1,9 millones de hectáreas se encuentran en secano y sólo 656.000 hectáreas cuentan con instalaciones de riego. Con 1,54 millones de hectáreas, Andalucía abarca la mayor parte de superficie, con más del 60% del total; mientras Castilla-La Mancha, con 403.000 hectáreas (15,8%), se sitúa en segundo lugar, y Extremadura, con 261.000 hectáreas (10,2%), queda tercera. Del resto, sólo la Comunidad Valenciana supera las 92.000 hectáreas, mientras Aragón apenas llega a las 60.000 hectáreas.

Si en los últimos diez años la superficie ha avanzado casi un 9%, el reto es conquistar nuevos mercados exteriores que puedan absorber el aumento de producción, que también se está dando como consecuencia de la modernización de explotaciones.

El aceite de oliva continúa siendo la grasa vegetal preferida por la mayoría de la población, como lo indica el hecho de que aglutine el 60% del mercado, frente al

35% del girasol y el 5% del resto de aceites. Durante 2008 hubo un crecimiento importante del consumo de aceite de oliva en el hogar al alcanzar los 436,73 millones de litros, con un ascenso del 3,7% con respecto al año anterior. Este aumento vino también motivado por la decisión de las familias de adquirir aceite de oliva virgen, que alcanza ya el 25% del total, frente a un 8-10% de hace una década. Desde el año 2000, su consumo se ha incrementado en un 158%. Los supermercados, con una tasa cercana al 90%, se erigen en los establecimientos favoritos de los clientes a la hora de adquirir el aceite de oliva. El valor de las ventas subió también un 1,2%, hasta los 1.282 millones de euros, con lo que el consumo por persona y año alcanzó los 9,71 litros y su gasto en los hogares acaparó el 1,9% del total de inversión en alimentación.

EL LIDERAZGO DE ITALIA

Aunque Italia produce algo menos de la mitad de aceite de oliva que España, su capacidad de liderazgo en el comercio mundial es innegable, como lo prueba el

hecho de que sus aceites suponen el 74% de la demanda estadounidense, el 72% de la canadiense y el 59% de la japonesa. De ahí, que en muchos países extranjeros la palabra aceite de oliva esté indisolublemente unida a Italia.

Pero también hay razones de tradición y de cultura que afianzan esta situación y que han impulsado también los italianos que emigraron a otros países y hoy cuentan con la nacionalidad de quien les recibió. Así, en Italia, más del 40% del aceite de oliva que se consume es virgen extra, el 50% mezcla de virgen y refinado y sólo el 10% procede de orujo de aceituna. Actualmente tiene un total de 19 consejos reguladores de denominaciones de origen protegidas de aceite de oliva virgen extra.

Las provincias oleícolas más importantes de Italia son Apulia y Calabria, que concentran casi el 70% de la producción total del país, por delante de Sicilia, con





el 8,1%, la Toscana, con el 2,8% y una calidad excepcional, unida a una cultura casi insuperable, y Lazio, con el 4,3%. Los aceites del sur son fuertes y con sabor intenso, por lo que los grandes cocineros prefieren la delicadez y sutileza de los vírgenes extra de la Toscana o en su defecto de Liguria, Umbría o Véneto. Entre las variedades más apreciadas se encuentran la canino, de Lazio; carolea, cassabese y ottobratica, de Calabria; dolce agogia, de Umbría; casaliva y grignan, del Véneto; taggiasca, de Liguria, y leccino, de Toscana.

Italia acapara entre el 20 y el 25% de la producción mundial con sólo el 15% de la superficie de olivar, que ocupa en el sur el 85% del total, mientras la Toscana ape-

nas alcanza el 3,2% de la producción, un 1% Liguria y un 1,9% Umbría.

GRECIA, GRAN CONSUMIDOR DE ACEITE DE OLIVA

Aunque Grecia se configura como el tercer productor mundial de aceite de oliva, con algo más del 15% del total de la cosecha mundial, su consumo no tiene parangón en ningún país, ya que los helenos consumen una media de 24 litros por persona y año, más del doble del consumo español, y cuentan con el 51% del mercado de aceites vegetales en el país.

Con casi 400.000 toneladas de aceite de oliva al año, Grecia produce una exce-

lente calidad en más del 75% de su producción total. Se trata de un aceite tan apetecible que puede ser tomado con todas las garantías y con un atractivo olor y sabor antes de ser procesado.

Pese a que un total de 50 de las 54 provincias que componen el país son productoras de aceite de oliva, éste se concentra, sobre todo, en el Peloponeso y la isla de Creta, conocida popularmente como la isla de los olivos. Las principales variedades de aceituna son la koreneiki, que abarca casi el 60% de la superficie; seguida de la mastoidis, habitual en Corfú, el Peloponeso y Creta, y la adramatini, propia de Mitilene. A los griegos, como a los italianos, les encanta consumir aceites verdes y frutales, moda que se está extendiendo por todo el mundo, especialmente por los grandes restaurantes y tiendas especializadas, por lo que la recolección se realiza en otoño hasta conseguir el equilibrio de grandes aromas frutales y agradable amargor final en boca.

LA TRADICIÓN DE FRANCIA Y PORTUGAL

Francia es un pequeño productor de aceite de oliva, aunque ocupa el quinto lugar entre los cultivadores de la Unión Europea, ampliamente superado por España, Italia y Grecia, además de por Portugal. Aunque un solo productor andaluz puede estar por encima de toda la producción oleícola de la Provenza, los franceses han sabido orientar su pequeña producción al aceite de oliva virgen extra, que supone el 98% del consumo de aceite de oliva en Francia, y cuyos cultivadores y elaboradores apenas satisfacen el 4% del total de la demanda del país vecino, según datos del COI.

Numerosas tiendas especializadas en aceite de oliva virgen y establecimientos de productos gourmets acaparan la atención de franceses y turistas en ciudades como Niza. La producción está concentrada en las regiones de Languedoc-Rosellón y Provenza y el país cuenta con cinco consejos reguladores de denominaciones de origen de aceite de oliva virgen extra.

Las principales variedades de aceituna son la picholine languedoc, la bouteillan, la tanche, la verdale y la lucques, procedente de la Toscana y una de las variedades más apreciadas por sus toques exóticos frutales. Sin embargo, su producción de la última campaña se situó en 5.500 toneladas.

Aunque la producción portuguesa en la última campaña fue de 50.000 toneladas, el país vecino se erige como uno de los productores con mayor proyección internacional en los próximos años, ya que las inversiones realizadas por el grupo alimentario sevillano Bogaris permitirán en poco más de dos años alcanzar una producción superior a las 90.000 toneladas, que cubrirían el mercado interno y aportarían una pequeña cuota para la exportación.

Los expertos calculan que en la región del Alentejo se han plantado 40.000 hectáreas de olivos y tiene otras 20.000 hectáreas en proyecto, el 50% de las cuales



corresponde en ambos casos a propiedades españolas que, como el caso de Bogaris, han adquirido también propiedades tan prestigiadas como Herdade de Sobrado, con 1.300 hectáreas que pueden convertirse en breve en 5.000 hectáreas.

Portugal cuenta con cinco denomina-

ciones de origen protegidas y está prevista la inclusión de una sexta, Alentejo interior, actualmente en boga. Las aceitunas más cultivadas son la verdeal, madural, lentisca, blanqueta, picual, cobrançosa, cordovil y, sobre todo, galega.

Un país pequeño, pero con gran tradición aceitera, es Chipre, que en 2008 produjo 3.800 toneladas en sus 7.400 hectáreas de olivar, que con un total de 2,3 millones de árboles dan trabajo a más de 12.000 familias. En ellas se producen las variedades local, koroneiki, manzanillo, picual y kalamon.

LOS PAÍSES MEDITERRÁNEOS NO EUROPEOS

Con un total de 160.000 toneladas de producción, Túnez se erige en la referencia del norte de África en aceite de oliva, ya que posee 1,7 millones de hectáreas y



70 millones de olivos, aunque tiene como objetivo prioritario aumentar la rentabilidad de unos árboles que ofrecen rendimientos muy bajos, debido sobre todo a la sequía habitual de la zona y a los obsoletos equipamientos de transformación. En esta misma situación se encuentran Turquía, Siria, Marruecos, Argelia, Libia, Egipto, Palestina, Jordania y Líbano. Túnez supone una media del 6% de la producción mundial y cuenta con 1.700 industrias transformadoras con una capacidad de molturación de 40.000 toneladas, actividad de la que dependen más de un millón de personas, de las que 309.000 son agricultores que se dedican total o parcialmente al olivar, un 60% de la población activa agraria.

El aceite de oliva en Túnez representa el 44% total de las exportaciones agrícolas, lo que da idea de su potencial, que supera en los últimos años las 120.000 toneladas anuales, un 70% de la producción media.

Marruecos, por su parte, planea multiplicar por cuatro su producción de aceite de oliva en 2020 y pasar de las actuales 80.000 a 320.000 toneladas. Para ello ha previsto una inversión de 542 millones

de euros, con la que pretende conseguir una superficie de 1,2 millones de hectáreas, frente a las 640.000 hectáreas actuales.

La actual producción de aceite de oliva marroquí aporta sólo el 16% al déficit de aceites vegetales que sufre el país, por lo que importa 330.000 toneladas por valor de 181 millones de euros. El mercado norteamericano destaca como el más interesante para exportar, ya que las compras crecen a un ritmo anual del 13% frente al 8% del continente europeo.

Siria produjo en 2008 un total de 125.000 toneladas de aceite de oliva, en unos campos de cultivo que se centralizan en el norte y el noroeste del país, entre las ciudades de Alepo e Idlib. Algo más del 40% de la producción se encuentra en la zona costera, que gracias a las lluvias asegura unos rendimientos importantes, especialmente si tenemos en cuenta que la práctica totalidad de las 600.500 hectáreas de olivos, que engloban más de 87,5 millones de árboles, son de secano.

Los sirios consumen anualmente alrededor de las 100.000 toneladas de aceite de oliva e importan pequeñas partidas

procedentes de Arabia Saudí y esporádicamente de Argelia, Jordania, España o Italia. Las exportaciones, que se encuentran en torno a las 30.000 hectáreas, tienen como destino principal Italia, en más del 70%, y en menor medida España, Arabia Saudí y Estados Unidos.

Turquía no se encuentra al norte de África, pero sus orientaciones productivas y sus problemas son bastante parecidos a los de los países antes citados. Con una producción en 2008 de 159.000 toneladas, las exportaciones ascendieron a 60.000 toneladas, pero las nuevas tecnologías están llegando al país en estos últimos años en los que espera dar un cualitativo salto en la rentabilidad de sus explotaciones y almazaras.

LA IRRUPCIÓN DEL NUEVO MUNDO

Igual que ocurrió con el vino hace una treintena de años, el aceite de oliva, en este caso un cultivo mucho más nuevo, ha irrumpido con fuerza en los denominados productores del Nuevo Mundo que pretenden hacerse un hueco en el comercio internacional mediante el incremento de



sus producciones, tanto para depender menos de las compras exteriores como para exportar algunas de sus producciones.

De esta forma, Argentina, con 20.000 toneladas en 2008, se ha erigido en el líder de los nuevos países productores y cuenta con una extensión de olivar aproximada de 100.000 hectáreas que comenzarán en breve a aumentar sus producciones. Precisamente el pasado año exportó un total de 18.000 toneladas, lo que le convierte en un aspirante al club de los diez grandes productores en los próximos años. Un estudio del Ministerio de Agricultura asegura que la producción alcanzará a mediados de la próxima década las 100.000 toneladas de aceite, multiplicando por cinco la cosecha actual.

Chile, que cuenta ya con cerca de 8.000 hectáreas en producción, apenas alcanza las 1.500 toneladas de aceite, pero grupos de inversión españoles y portugueses toman posiciones para consolidar un mercado que parte con la ventaja que tener una tierra mucho más barata que en Europa. También México, con poco más de 2.000 hectáreas y una producción testimonial, se sube al carro aceite-

ro; igual que Uruguay, que supera por poco las 2.500 hectáreas con plantaciones en los departamentos de Colonia, Canelones, Lavalleja, Maldonado, Rocha, Durazno, Rivera y Treinta y Tres.

California, en Estados Unidos, consiguió una producción en 2008 de 2.000 toneladas de aceite de oliva en un país que importa anualmente 250.000 hectáreas, pero sus cultivadores están dispuestos a aumentar la superficie de cultivo y la producción en los próximos años. Sus principales variedades son misión, ascolana y manzanillo.

Australia es el otro país que ha arrancado con potencia en la producción de aceite de oliva, al conseguir en 2008 un total de 13.000 toneladas, de las que 8.000 toneladas han ido a parar a la exportación, en un país cuya demanda asciende a 41.000 toneladas anuales.

España, con un 60% de las importaciones australianas, se erige en el gran vendedor, por delante de Italia y Grecia, que acaparan un 35% más entre ambos. Su tendencia de consumo, superior a los dos litros por habitante y año, es importante en un país con escasa tradición en el consumo de esta grasa vegetal.

Australia tiene alrededor de 40.000 hectáreas de olivar que se sitúan en el este, sur y oeste del país, erigiéndose el estado de Victoria en el mayor productor. Sus aceites son exportados a Nueva Zelanda, que posee una producción testimonial, Estados Unidos, China, Italia y Japón.

MERCADOS NO PRODUCTORES

Las últimas importaciones de Estados Unidos, que tiene una incipiente producción local en California, ascienden a casi 265.000 toneladas, de las que el 57% proviene de Italia, el 21,7% de España, el 10,3% de Túnez, el 3,2% de Argentina, el 1,8% de Grecia y el 1,4% de Turquía.

Brasil importó en 2008 casi 44.000 toneladas de aceite de oliva, de las que el 50% procede de Portugal, el 25% de España, el 15% de Argentina, el 8% de Italia y el 1% de Grecia.

Japón, por su parte, alcanzó las 31.000 toneladas de aceite de oliva importado, de las que el 50,5% llegó desde Italia, el 39,5% desde España, el 5,9% desde Turquía y el 1,2% desde Grecia.

Canadá importó en 2008 alrededor de 31.000 toneladas de aceite de oliva, el 68,5% de las cuales llegó desde Italia, el 8,8 desde Turquía, el 6,8% desde Grecia, el 5,4% desde España y el 3,3% desde Túnez.

Las importaciones australianas bajaron considerablemente el último año hasta las 28.000 toneladas, frente a las más de 42.000 toneladas de dos años antes. España, con el 61% del total, se erigió en el primer vendedor, por delante de Italia con el 30%, Grecia con el 4% y Líbano con el 3%.

China cuenta con 20.000 hectáreas de olivos y unas importaciones de aceite de oliva que sobrepasaron en 2008 las 10.000 toneladas, provenientes, por este orden, de España, Grecia, Italia, Túnez, Portugal, Jordania y Australia. Las previsiones auguran que en 2012 las importaciones alcancen las 63.000 toneladas. ■