



El aceite de oliva español se afianza en el mercado exterior

ATAULFO SANZ. Periodista

RESUMEN

De campaña en campaña, España se configura como el primer país exportador de aceite de oliva, con unas ventas exteriores que superan el 60% de su producción. España exporta a la UE el 70% de sus ventas y es ya el primer país exportador de aceite a Estados Unidos. En cuanto a las previsiones para la nueva campaña de aceite de oliva, que comenzó el pasado mes de octubre, a pesar de la sequía de los meses de verano, que llegó a dañar seriamente algunas parcelas de olivar, parece que la producción nacional no se verá tan mermada como en un principio se creía.

PALABRAS CLAVE: aceite de oliva, exportaciones.

Con más de 2,5 millones de hectáreas dedicadas al olivar y unos 340 millones de olivos plantados, España cuenta con la mayor superficie de olivar de todo el planeta y en consecuencia, su producción de aceite de oliva es la más alta del mundo, aunque el volumen producido varía mucho de una campaña a otra debido a los efectos de la climatología sobre los olivares (vecería).

La producción española representa aproximadamente el 60% de la producción de la UE y el 45% de la mundial. El cultivo del olivar está extendido prácticamente por todo el territorio nacional y tiene un marcado carácter social pues se estima que genera unos 46 millones de jornales cada campaña.

La producción media de las últimas campañas se sitúa en torno a los 1,4 mi-

llones de toneladas, muy por encima de la media que había hace sólo unas décadas. Igualmente, de la producción total la media de aceite que se exporta ronda el 62%, un porcentaje que se ha ido incrementado de campaña en campaña, especialmente en las últimas décadas.

Actualmente, España es también el primer país exportador de aceite de oliva del mundo y vende sus producciones a más de 100 países.

La Unión Europea ha sido y sigue siendo el principal destino de los aceites de oliva españoles, pero en los últimos años se ha producido un incremento de las ventas a países terceros.

El aceite de oliva además ocupa el cuarto lugar entre los productos agroalimentarios que España exporta, por detrás de los cítricos, el vino y la carne de porcino.

En los últimos años se ha producido un crecimiento de las exportaciones de aceite de oliva envasado en detrimento del aceite de oliva a granel.

BALANCE DE LA ÚLTIMA CAMPAÑA

Las exportaciones españolas de aceite de oliva en la recién terminada campaña 2015/2016, ascendieron a 866.100 toneladas, según las estimaciones del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA).

Con respecto a la campaña anterior, las ventas al exterior de aceite de oliva entre octubre de 2015 y septiembre de 2016 (los meses de la campaña oleícola), se incrementaron un 4,8% y superaron también la media de las últimas cinco campañas, que se situó en 860.000 toneladas. La media mensual de salidas de aceite al mercado exterior durante la campaña 2015/2016 se situó en 72.180 toneladas.

Si examinamos los datos de la última década, la mejor campaña en cuanto a exportación se refiere, fue la 2013/2014 cuando se superaron los 1,1 millones de toneladas de aceite vendidas en el exterior, un 12% por encima del volumen de la anterior campaña, así como también el mayor volumen exportado desde que se tienen datos de comercio.

De este volumen exportado en la campaña 2013/2014, más del 67% fueron aceites de oliva virgen, casi el 20% aceites refinados y el resto aceites lampantes y aceite de orujo de oliva.

En la campaña 2015/2016 (última finalizada), un total de 265.400 toneladas fueron a parar a países terceros y el resto (600.700 toneladas) a la Unión Europea, que se mantiene como el principal destino de las ventas de aceite español al acaparar de media más del 70% de las ventas.

A este respecto, dentro de la Unión Europea, Italia es desde hace décadas el destino principal del aceite español y en la última campaña este país importó desde España 270.300 toneladas, prácticamente el 45% del total vendido a la Unión Europea. Aunque es cierto que cada campaña lo hacen menos, Italia importa desde España aceite a granel,



que posteriormente envasa y en algunos casos comercializa como aceite de producción propia.

En la campaña 2015/2016 también aumentaron las compras de aceite de oliva español Francia, Alemania, Reino Unido y Bélgica, entre otros países.

Por su lado, las exportaciones extracomunitarias también han evolucionado de forma muy positiva en los últimos años. Según datos del Comité Oleícola Internacional (COI), entre octubre de 2015 y agosto de 2016 (prácticamente toda la campaña oleícola) las exportaciones extracomunitarias de aceite de oliva y de aceite de orujo de oliva aumentaron un 20% con relación al mismo período de la anterior campaña.

Fuera de la Unión Europea, los principales destinos del aceite de oliva español en la última campaña fueron Estados Unidos, China, Japón, Australia y Méjico. De acuerdo con los datos del COI, en los once primeros meses de la campaña 2015/2016 (de septiembre 2015 a agosto 2016) España incrementó sus ventas de aceite a Estados Unidos en un 43% respecto al mismo período de la campaña precedente.

Igualmente, en ese mismo período (septiembre 2015 a agosto 2016) también crecieron las exportaciones al resto de los cinco principales países importadores, aunque en porcentajes inferiores al registrado por las importaciones de Estados Unidos.

MÁS EXPORTACIONES EN LA ÚLTIMA DÉCADA

El crecimiento de las ventas exteriores de aceite de oliva español se aprecia todavía más si se comparan las exportaciones de la última década. Según datos de Cooperativas Agroalimentarias de España, en el período 1995-1998 se exportó una media anual de 308.090 toneladas, mientras que la media entre los años 2012-2015 fue de 855.885 toneladas, un 177,8% más.

Las exportaciones realizadas a los quince primeros países compradores crecieron un 173%, mientras que las ventas al resto de países lo hicieron en un 235%, según los datos de Cooperativas.

Tanto en 1995 como en 2015 el país que más aceite importó de España fue Italia y, entre los dos períodos analizados por Cooperativas Agroalimentarias (1995/98 y 2012/2015), las ventas a este país aumentaron en un 138%. Hay que tener en cuenta que Italia ha exportado tradicionalmente aceite de procedencia española como si fuera de producción propia y que actualmente también lo siguen haciendo aunque en volúmenes mucho más bajos.

En el caso de Estados Unidos, las exportaciones aumentaron entre el período 1995-98 y 2012-15 un 484% de media, mientras que en el caso de países como China, Japón o Corea las ventas también

se han disparado espectacularmente en estos años.

Asimismo, en la última campaña 2015-2016 la tendencia al crecimiento de las exportaciones a estos países se mantiene.

Así, por ejemplo, España es ya el primer país exportador de aceite a Estados Unidos, seguido de Italia, Marruecos y Grecia, según datos del COI.

Igualmente, España es también líder entre los países que exportaron aceite de oliva a China en la campaña 2015-2016, con un aumento de prácticamente el 20% respecto a los datos de la campaña precedente. En el mercado chino, el segundo aceite de oliva en la última campaña fue el italiano y el tercero el griego.

En el año 2015, la principal empresa española exportadora de aceite de oliva superó los 46 millones de litros, mientras que la segunda llegó hasta los 38 millones y la tercera a 37 millones.

En cuanto a las importaciones españolas de aceite de oliva, aunque no son en volumen muy relevantes sí es cierto que en las últimas campañas también se han incrementado. Las importaciones de aceite de oliva llegaron en la campaña 2015/2016 a 116.200 toneladas, según datos del Ministerio de Agricultura. De este volumen total, casi el 59% fueron aceites vírgenes, el 28% lampantes y el resto aceites refinados y aceite de orujo.

La mayor parte del aceite importado procede de la UE (cerca del 60%) y los países que más aceite venden a España son Portugal (debido a su proximidad), Italia y, en menor medida, Grecia. Por su lado, en cuanto a las importaciones desde países terceros es de destacar las entradas procedentes de Túnez, así como también de Turquía.

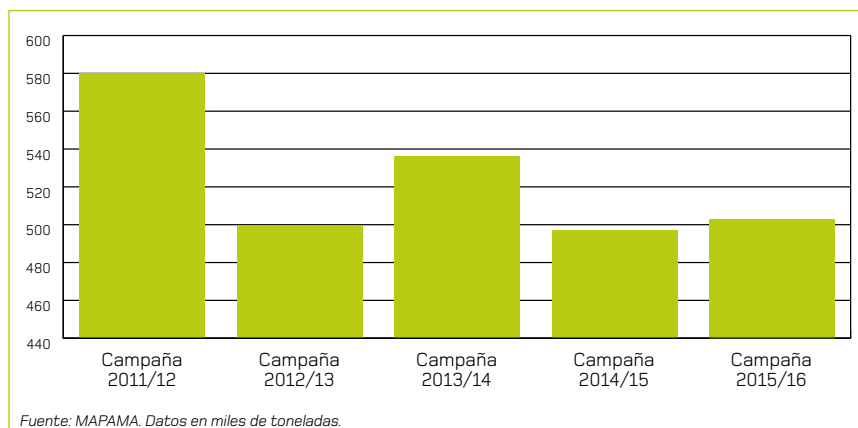
La balanza comercial en el sector del aceite es claramente positiva, con un saldo que ronda los 1.800 millones de euros.

PRODUCCIÓN DE ACEITE

El mayor volumen de aceite de oliva exportado en una campaña depende mucho de la evolución de la producción y también de las cosechas en los países compradores, especialmente de Italia.

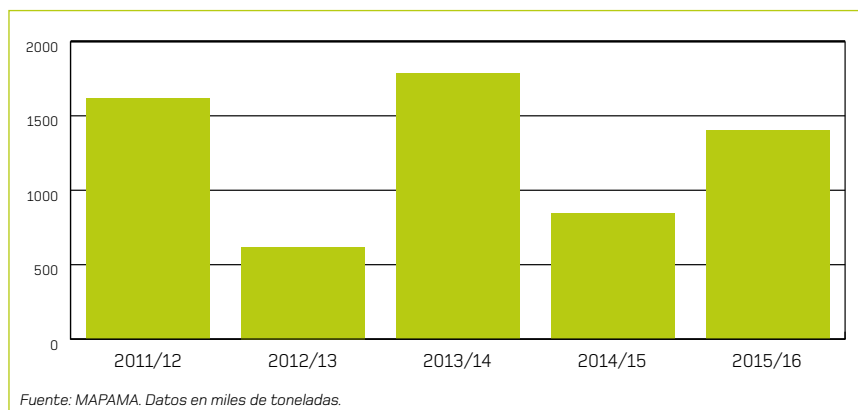
CUADRO 1

Exportación de aceite de oliva



CUADRO 2

Producción de aceite de oliva



A este respecto, la producción de aceite en la campaña 2013/2014 fue especialmente elevada, pues se superaron los 1,7 millones de toneladas, más del doble que en la campaña precedente y también muy por encima de la media de las últimas cinco campañas, que se situó en 1,2 millones de toneladas.

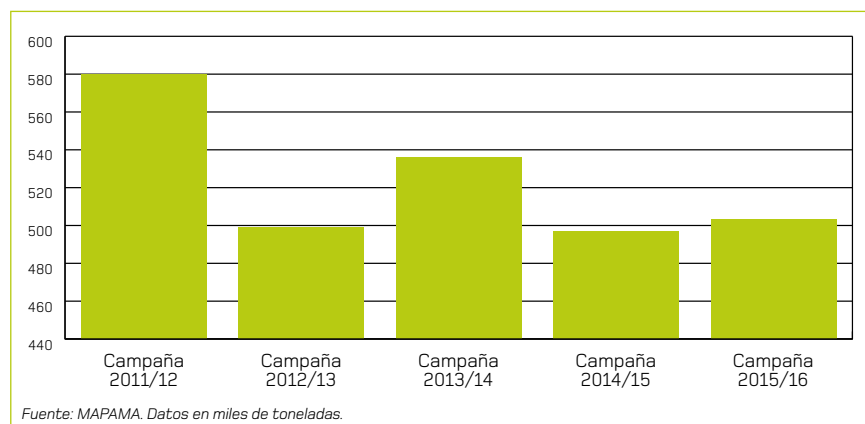
También el consumo interno en España ha evolucionado en función de la producción. A mayor cosecha, mayor consumo y viceversa. En la última campaña finalizada (2015/2016), el consumo interior aparente se situó en algo más de 502.000 toneladas, un 1,6% por encima del consumo de la campaña precedente, pero un 5% por debajo de la media de las últimas cuatro campañas.

A este respecto, entre las últimas cinco campañas, la que registró un mayor incremento del consumo interno fue la 2011/2012 y la que destacó en sentido contrario fue la 2014/2015, según los datos recogidos por el MAPAMA.

La comercialización total (mercado interior aparente + exportaciones) alcanzó en la última campaña un volumen total de 1.368.600 toneladas, cifra que supuso un incremento del 4% con respecto a la campaña anterior y a su vez un descenso del 1% en relación a la media de las cuatro últimas campañas.

Igualmente, las cotizaciones en origen del aceite de oliva (precios pagados a los productores) se situaron también en niveles similares a los de

CUADRO 3

Mercado interior aparente

la campaña precedente y muy por encima de las cotizaciones medias de los últimos años.

Por todo ello, el balance de la campaña se puede considerar positivo, según valoraciones del Ministerio de Agricultura

PREVISIONES PARA LA CAMPAÑA 2016/2017

Tampoco son malas las previsiones para la nueva campaña de aceite de oliva, que comenzó el pasado mes de octubre. A pesar de la sequía de los meses de verano, que llegó a dañar seriamente algunas parcelas de olivar, parece que la producción nacional no se verá tan mermada como en un principio se creía.

Las primeras estimaciones del Comité Oleícola Internacional (COI) apuntan a una producción de aceite cercana a los 1,38 millones de toneladas, un volumen que de confirmarse finalmente supondría una caída del 1% respecto a la cosecha de la campaña pasada.

Por su parte, las primeras previsiones de producción de aceite publicadas por Cooperativas Agroalimentarias de España, en base a los datos del Ministerio de Agricultura y Pesca, son similares a las del COI, pues cifran la producción nacional en 1,31 millones de toneladas, un 6% menos que en la campaña pasada.

Según estas estimaciones, Andalucía producirá esta campaña algo más de 1,1 millones de toneladas, lo que supone un descenso del 1,3% respecto a la pasada. Por provincias, la mayor producción será la de Jaén (542.000 toneladas, un 2% más), seguida de Córdoba (263.000 toneladas) y Granada (124.000 toneladas).

Por su parte, en el resto de las regiones productoras también se esperan peores resultados que en la pasada campaña.

Así, en Extremadura el pronóstico apunta a una producción de 50.000 toneladas, (un 27% menos que en la campaña anterior); en Castilla-La Mancha de 82.103 toneladas (un 28% menos); en Cataluña de 26.074 toneladas (3,8% menos); en Aragón de 10.694 toneladas (20,4% menos), en la Comunidad Valenciana de 18.779 toneladas (36% menos) y en la Región de Murcia de 9.025 toneladas (un 22% menos).

Además de la caída de la producción, desde Cooperativas Agroalimentarias se estima que en la presente campaña se producirá una caída de las importaciones de aceite desde España, que podrían quedar en torno a las 70.000 toneladas (un 35% menos), al tiempo que se incrementarán de nuevo las exportaciones. A este respecto, las estimaciones apuntan a que se alcanzarán esta campaña las 975.000 toneladas exportadas, un 12,6% más que en la pasada campaña.

**MENOR PRODUCCIÓN DE ACEITE EN LA UE**

En el conjunto de la Unión Europea, las previsiones de producción bajan casi un 9%, según las estimaciones del COI, pues se prevé una mala en casi todos los grandes países productores con la excepción de Portugal. Así, el COI estima para Italia una caída de la producción de aceite en esta campaña cercana al 30% respecto a la pasada, con un volumen estimado de 330.000 toneladas.

Del mismo modo, para Grecia las estimaciones también son negativas, pues se prevé una producción de aceite en torno a 260.000 toneladas, un 19% menos

A nivel mundial, este organismo internacional también pronostica una caída de la producción de aceite de oliva. En concreto, el COI estima que en esta campaña no se superarán los 2,92 millones de toneladas, un 9,5% menos que en la campaña anterior.

La producción de aceite de oliva a nivel mundial se concentra en torno al Mediterráneo. Entre los países ribereños y los cercanos a sus costas se encuentra el 90% de la superficie total de olivar del mundo, unos 11 millones de hectáreas.

Además de la Unión Europea, los cinco países con mayor producción de aceite de oliva son Turquía, Siria, Marruecos, Túnez y Argelia.

Para la campaña 2016/2017 el COI estima que sólo en Turquía la cosecha será

mejor que la de la anterior campaña. En total, la producción de estos cinco países rondará las 571.000 toneladas, un 18% menos que en la campaña 2015/2016.

En cuanto a la producción de aceite de oliva en el resto del mundo, las previsiones del COI son más halagüeñas, si bien el volumen que se produce en estas zonas es muy bajo dentro del cómputo global. Cuatro son los principales países que producen aceite de oliva fuera de Europa y del entorno mediterráneo: Australia, Argentina, Chile y Estados Unidos. Su producción total oscila entre 60.000-70.000 toneladas por campaña, siendo Argentina el país que más produce (en torno a 25.000 toneladas al año) y Estados Unidos el que menos (entre 5.000 y 15.000 toneladas).

De cara a la campaña 2016/2017, el COI estima que habrá una caída importante en las producciones argentinas y norteamericanas, mientras que la australiana será superior a la de la campaña precedente.

Por otro lado, el COI también prevé un menor consumo mundial de aceite para esta campaña, en consonancia con el descenso de la producción. Sus primeras estimaciones apuntan a que se consumirán 2,9 millones de toneladas, lo que supone un descenso del 2% con relación al consumo de la campaña 2015/2016.

Sin embargo, a pesar de la caída en las estimaciones de consumo para la actual campaña, se mantiene el interés mundial por el aceite de oliva como alimento de calidad, lo que ha hecho que países sin tradición en la producción de aceite de oliva se interesen por el cultivo.

El país que más interés ha mostrado por plantar olivos es China, que cuenta ya con 86.000 hectáreas de olivas, un 26% de ellas en producción. El gobierno chino ya ha anunciado su intención de seguir plantando olivos y otros países como India pretenden seguir la misma senda.

El esperado crecimiento de la oferta de aceite de oliva en los mercados mundiales todavía no es preocupante para el sector ya que la demanda de este tipo de aceites es amplia. Así, el aceite de oliva representa actualmente sólo el 2% de las grasas consumidas en todo el mundo.



ANATOMÍA DEL SECTOR DEL ACEITE

De todos los sectores empresariales agroalimentarios, el del aceite de oliva es probablemente el que tiene una estructura más compleja. En la base de la cadena de valor se encuentran los aproximadamente 2 millones de explotaciones agrarias dedicadas al olivar que hay en España, muchas de las cuales son de estructura pequeña o mediana y están ubicadas por todo el país, si bien es en las regiones meridionales y en las mediterráneas donde predominan.

Muy frecuentemente, estas explotaciones oliveras están integradas en cooperativas que facilitan la producción y comercialización del aceite. En este sentido, muchas de las cooperativas son almazaras, que constituyen el segundo nivel en la estructura empresarial del sector del aceite.

En España hay cerca de 1.760 almazaras, de las cuales aproximadamente un 24% tienen capacidad para producir entre 20 y 100 toneladas de aceite, un 35% entre 1.000 y 2.500 toneladas y el resto por encima de estos volúmenes.

Además de las almazaras también existen unas 60 empresas extractoras de aceite de orujo, así como más de 20 refinadoras.

Los procesos de concentración empresarial, así como también la entrada de capitales internacionales, comienzan a ser significativos en los eslabones superiores de la cadena de valor del aceite de oliva.

En el año 2015, las marcas de distribución acapararon el 66% del volumen total de aceite comercializado en España.

Por otro lado, el sector del aceite de oliva cuenta también con su organización interprofesional, en la que participan profesionales que trabajan en todas las etapas del proceso de elaboración y comercialización de los aceites de oliva. En total, se encuentran representados en esta organización unos 400.000 olivicultores, 1.755 almazaras, 1.500 envasadoras y 22 refinadoras, según los datos de la propia Interprofesional.

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español fue constituida en el año 2002, pero no fue hasta el año 2003, en febrero, cuando el Ministerio de Agricultura la reconoció como tal.

A partir del año 2007, su actividad de la Interprofesional registró un avance importante, al definir de forma conjunta una estrategia para garantizar el presente y el futuro del sector del aceite de oliva, pero no fue hasta el año 2008 cuando entró en vigor la primera extensión de la norma y empezó la actividad de la Interprofesional.

Entre los objetivos que tiene marcados la Interprofesional destaca el fomento del consumo de los aceites de oliva a nivel mundial y el fortalecimiento de la presencia del aceite de oliva español en los mercados nacionales e internacionales.

Igualmente, la Interprofesional trata también de favorecer y facilitar la adaptación de los productos a la demanda del mercado y a las necesidades de los consumidores, así como vigilar la calidad del aceite de oliva. ■