

•
•
•
•
•
•
•

Análisis de mercado del aceite de oliva. Campaña 2009/10

Febrero 2011



JUNTA DE ANDALUCÍA

SECRETARÍA GENERAL DEL MEDIO RURAL Y LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

Análisis de mercado del aceite de oliva. Campaña 2009/10

Índice de Contenidos

1. Producción de aceite de oliva.....	3
1.1. <i>Producción mundial</i>	3
1.2. <i>Producción andaluza</i>	5
2. Precios de aceite de oliva.....	5
2.1. <i>Aceites de oliva “virgen extra”</i>	5
2.2. <i>Otras categorías de aceites de oliva</i>	9
3. Exportaciones de aceite de oliva.....	10
3.1. <i>Exportaciones mundiales.....</i>	10
3.2. <i>Exportaciones de España e Italia</i>	13
3.3. <i>Exportaciones andaluzas.....</i>	16
4. Importaciones	18
4.1. <i>Importaciones mundiales.....</i>	18
4.2. <i>Importaciones andaluzas.....</i>	20
5. Consumo de aceite de oliva	21
5.1. <i>Relación precios y consumo.....</i>	25
6. Balance en España de las últimas campañas	31
7. Conclusiones	32
7.1. <i>Sobre la producción.....</i>	32
7.2. <i>Sobre los precios</i>	32
7.3. <i>Sobre las exportaciones</i>	33
7.4. <i>Sobre las importaciones</i>	33
7.5. <i>Sobre el consumo.....</i>	33
7.6. <i>Sobre el balance de campaña</i>	34

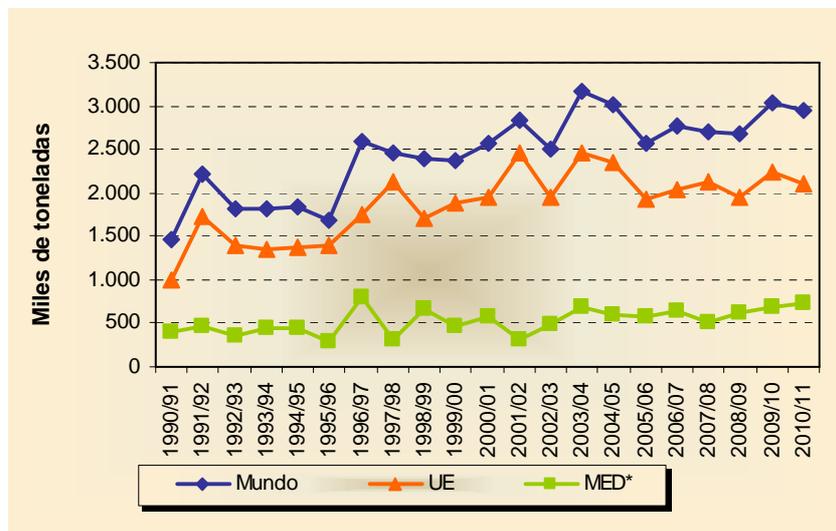
1. Producción de aceite de oliva

1.1. Producción mundial

En la campaña 2009/10 la producción mundial de aceite de oliva emitida por el Consejo Oleícola Internacional ha ascendido a 3.024,0 miles de t¹, valor superior a la media de las 10 últimas campañas (2.717,0 miles de t). Para la campaña 2010/11 la previsión de producción mundial emitida por el COI es algo inferior, de 2.948,0 miles de t².

La UE es el principal productor de aceite de oliva en el mundo, con una participación que oscila entre el 68% y el 87% (ver Gráfico 1). La segunda zona productora en importancia se localiza en los países terceros de la Cuenca Mediterránea³ reuniendo alrededor del 23% de la producción mundial de aceite de oliva para la campaña 2009/10. Para la campaña 2010/11, el COI estima en 728,5 miles de t la producción de estos países, frente a las 2.094 miles de t producidas en la UE. Para esta misma campaña 2010/11, la previsión para la UE es de un descenso del 6,7%, mientras que para la producción conjunta de los países de la Cuenca Mediterránea se espera un incremento de la producción del 5,4%.

Gráfico 1 Evolución de la producción de aceite de oliva en el mundo, la UE y los países terceros productores de la Cuenca Mediterránea.



Nota: El dato de la campaña 2009/10 es provisional y el de 2010/11 una previsión.

Fuente: COI.

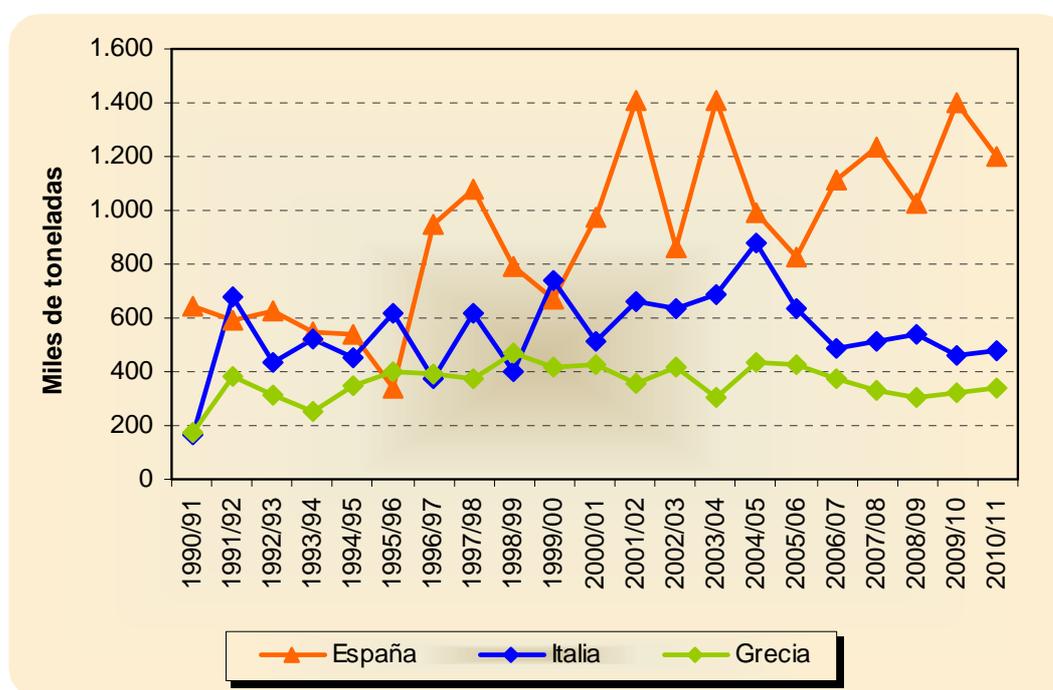
¹ Dato provisional.

² Una vez al año, el COI actualiza las series estadísticas mundiales sobre producción, importaciones, exportaciones y consumo. La última versión publicada es de noviembre de 2010. Para el COI, las campañas oleícolas comprenden el período de 12 meses transcurridos desde el 1 de octubre de un año hasta el 30 de septiembre del año siguiente.

³ Argelia, Egipto, Israel, Jordania, Líbano, Libia, Marruecos, Siria, Túnez y Turquía.

Tras superar el periodo de sequía 1992/93-1995/96, la producción comunitaria ha ido en aumento, aunque con recaídas en las campañas 1998/99, 2002/03 y 2005/06, las cuales han venido determinadas por las notables bajadas en la producción española, ya que España es el país con mayor peso en la producción de aceite de oliva (el 62% de la UE en la campaña 2009/10) (ver Gráfico 2). Italia es el segundo productor, seguido de Grecia. La participación de la producción española en la comunitaria empezó a adquirir mayor importancia a partir de la campaña 1996/97, tras superar el periodo de sequía, mientras que la participación de las producciones italiana y griega ha disminuido.

Gráfico 2 Evolución de la producción de aceite de oliva en los principales productores de la UE, en el periodo 1990/91-2010/11.



Nota: El dato de la campaña 2009/10 es provisional y el de 2010/11 una previsión.

Fuente: COI.

La producción estimada por el COI para España en la campaña 2009/10 es de 1.396,3 miles de t⁴, mientras que para la campaña 2010/11, el COI ha previsto un descenso del 14,2% respecto a la anterior. La producción italiana de aceite de oliva alcanzó un máximo en la campaña 2004/05 de aproximadamente 879.000 t, tras el cual no ha cesado de decaer hasta los 460.000 t de la campaña 2009/10, lo que supone un descenso de la producción del 14,8% respecto a la campaña anterior 2008/09. Para la campaña 2010/11, el COI estima para Italia una producción de aceite de oliva de 480.000 t, similar a la de la campaña 2009/10. Por su parte, la producción

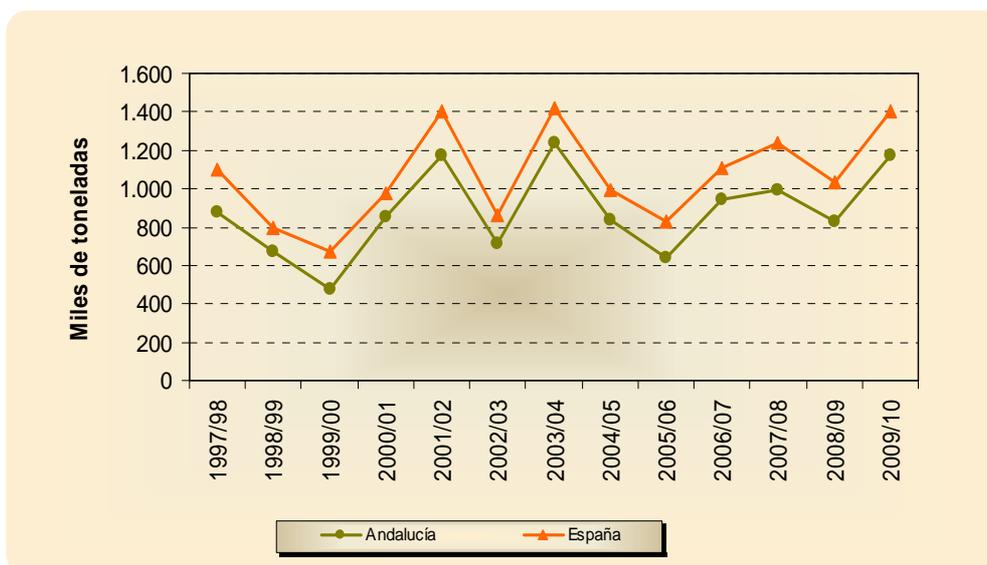
⁴ La producción estimada por el COI para España en la campaña 2009/10 es ligeramente inferior a la ofrecida por la Agencia para el Aceite de Oliva (AAO), cifrada en 1.401,0 miles de t, dato consolidado a 31 de octubre de 2010 (final de campaña).

de aceite de oliva de Grecia se sitúa en un nivel medio de 361.000 t para el periodo 1990/91-2009/10, cifrándose la producción de esta última campaña en 320.000 t, mientras que para la campaña 2010/11 está previsto que ésta aumente ligeramente un 5,0%.

1.2. Producción andaluza

Como se puede apreciar en el Gráfico 3, la producción andaluza de aceite de oliva representa un porcentaje muy elevado de la producción nacional, con una participación media en la misma del 82,2% entre las campañas 1997/98 y 2009/10. Según datos de la Agencia para el Aceite de Oliva (AAO), la producción de la campaña 2009/10 alcanzó en Andalucía las 1.771,8 miles de t, es decir, un 83,6% de la española (1.401,0 miles de t, según esta fuente), mientras que en la campaña 2008/09, la producción ascendió a 832,15 miles de t, un 80,8% de la española.

Gráfico 3 Evolución de la producción de aceite de oliva española y andaluza en el periodo 1997/98-2009/10.



Fuente: AAO.

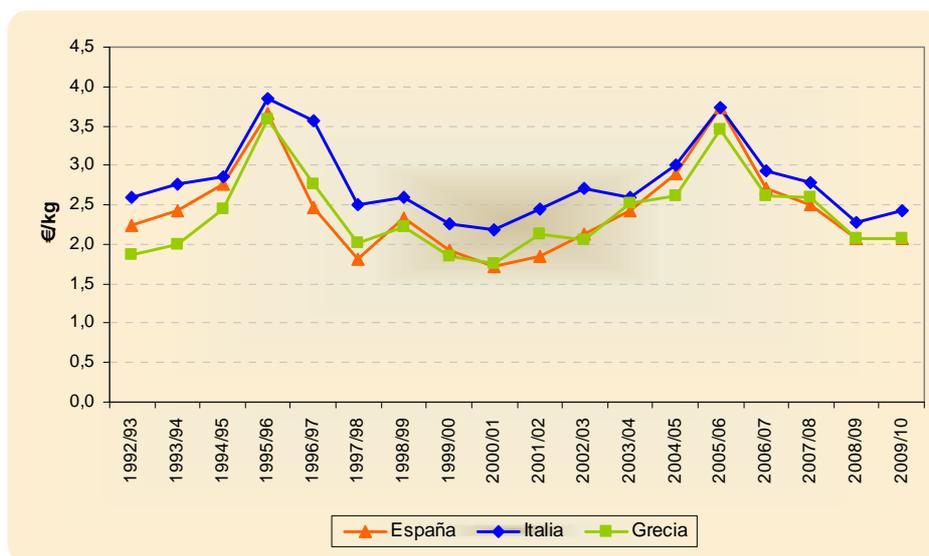
2. Precios de aceite de oliva

2.1. Aceites de oliva "virgen extra"

Según la Comisión Europea, desde la campaña 1992/93, la máxima cotización media anual del aceite de oliva "virgen extra" se alcanzó en 1995/96 (3,7 €/kg como promedio de los tres países), coincidiendo con un mínimo histórico de producción. En la campaña 2005/06, se volvió a alcanzar una cota cercana a la de 1995/96 en España e Italia, pero a partir de la 2006/07 cambió la tendencia, registrándose un importante descenso de los precios. En este sentido,

durante la campaña 2009/10, el precio medio de campaña en origen registrado en los mercados español, italiano y griego, rondó los 2,19 €/kg⁵.

Gráfico 4 Evolución de los precios anuales al productor de aceite de oliva “virgen extra” de España, Italia y Grecia entre las campañas 1992/93 y 2009/10.



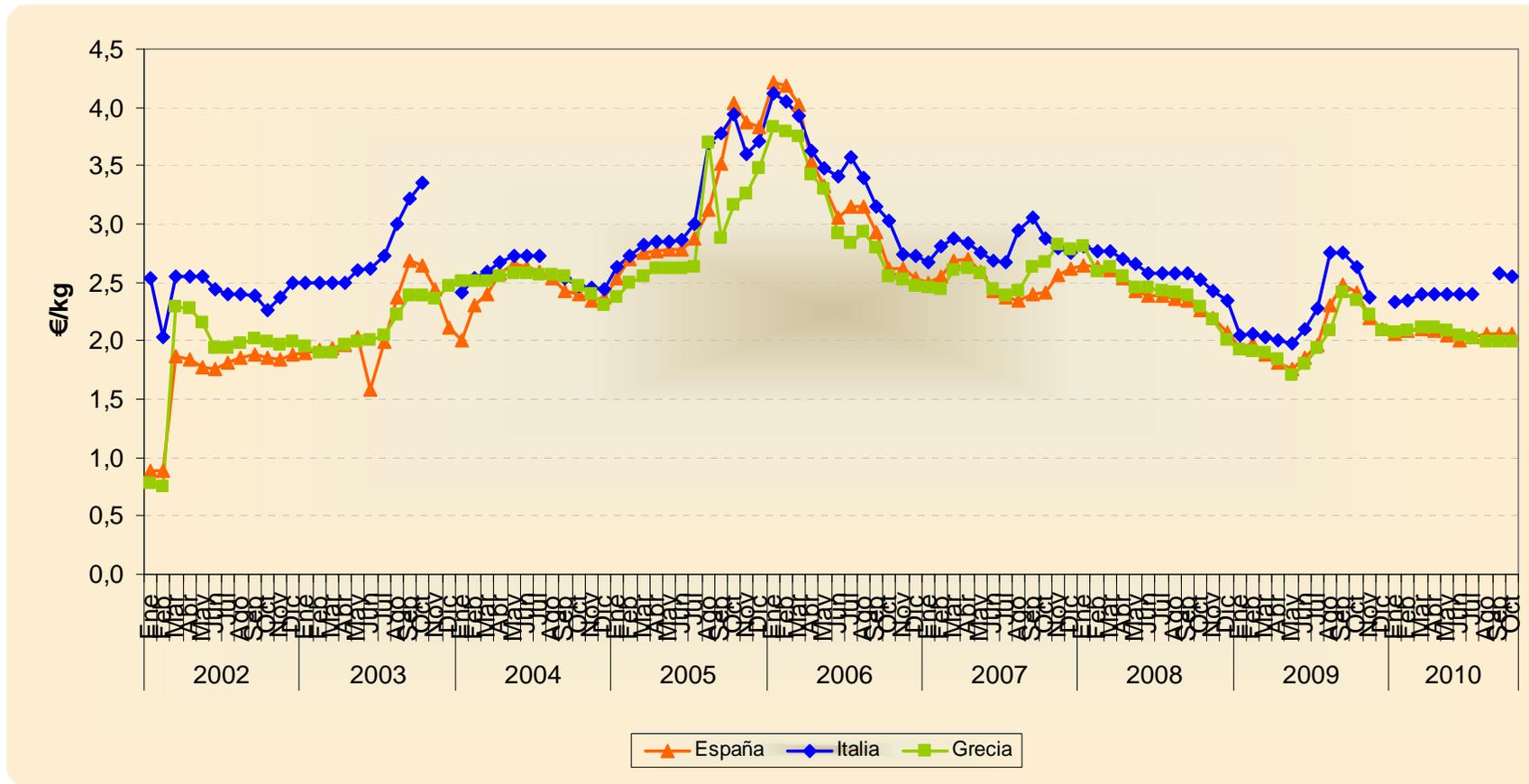
Fuente: EU market prices for representative products. European Commission.

En el Gráfico 5 se muestra la evolución de los precios medios mensuales en origen que da la Comisión Europea en España, Italia y Grecia, para el caso del aceite de oliva “virgen extra”. Se aprecia una cotización superior para el aceite italiano en los años 2002 y 2003, respecto al aceite español y griego, pero desde principios de 2004 han estado mucho más próximos los precios de los tres países. En enero de 2006, los precios del aceite en los tres países alcanzan la cota máxima de los últimos años, y a partir de ese momento comienzan un acentuado descenso, que continúa en los primeros meses de 2009. En octubre de 2010, según datos de la Comisión Europea, el aceite de oliva “virgen extra” se cotizaba a 2,554 €/kg en Italia, a 1,988 €/kg en Grecia y a 2,060 €/kg en España.⁶

⁵ Los precios medios de campaña se obtienen a partir del promedio de los precios medios mensuales registrados en el período comprendido entre el 01 de noviembre y el 31 de octubre de cada campaña.

⁶ Los principales mercados en origen europeos son Bari (Italia), Iraklion/Messinia (Grecia) y Jaén (España).

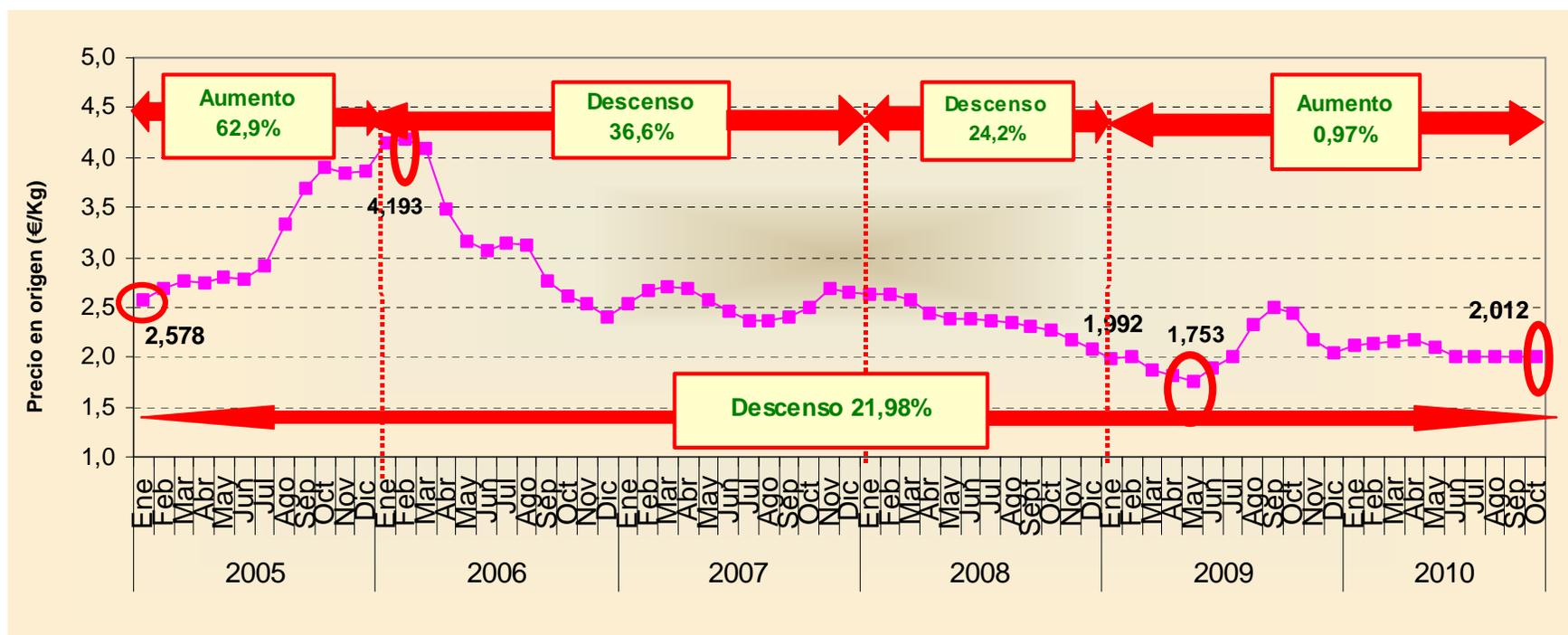
Gráfico 5 Evolución de los precios mensuales al productor de aceite de oliva “virgen extra” de España, Italia y Grecia.



Fuente: EU market prices for representative products. European Commission.

Particularizando para España, el Gráfico 6 muestra la evolución de los precios mensuales en origen del aceite de oliva “virgen extra” en España según los datos ofrecidos por el Sistema de Información de Precios en Origen del Mercado al Contado del Aceite de Oliva (Poolred), desde enero de 2005 a octubre de 2010 (hasta el día 28), en donde se aprecia la cotización más alta del periodo (4,193 €/kg), ocurrida en febrero de 2006, y la más baja (1,753 €/kg), correspondiente a mayo de 2009. El precio medio en origen registrado por el aceite de oliva “virgen extra” en octubre de 2010 fue de 2,012 €/kg.

Gráfico 6 Evolución mensual de los precios en origen del aceite de oliva virgen extra de España desde enero de 2005 hasta octubre de 2010.



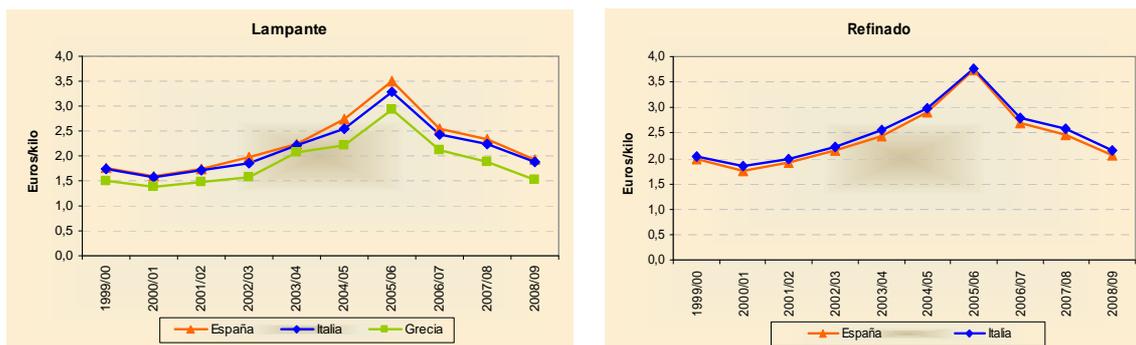
Fuente: Poolred.

2.2. Otras categorías de aceites de oliva

Existe un claro paralelismo en la evolución seguida por los precios en origen de los aceites de oliva de España, Italia y Grecia, aunque los precios en Italia se sitúan normalmente por encima de los precios españoles y griegos, para el caso del aceite de oliva “virgen extra”. Por el contrario, el precio del aceite “lampante” suele adquirir un nivel más alto en España. En este sentido, durante la campaña 2008/09 el precio medio del lampante en España fue de 1,93 €/kg, frente a los 1,87 y 1,53 €/kg alcanzados en Italia y Grecia, respectivamente⁷.

En cuanto al precio del aceite refinado (generalmente a partir de “lampante”), éste es muy similar al del aceite “virgen extra”, llegando incluso a superarlo en algunas campañas⁸, a pesar de las diferencias existentes en cuanto a calidad y características organolépticas. En España el precio medio del aceite refinado se situó durante la campaña 2008/09 en 2,05 €/kg, mientras que en Italia éste alcanzó los 2,16 €/kg⁹.

Gráfico 7 Evolución de los precios anuales al productor de aceite de oliva “lampante” y “refinado” en España, Italia y Grecia en el periodo 1990/00-2008/09¹⁰.



Fuente: Agriculture in the European Union. Statistical and economic information 2009. European Commission.

⁷ Fuente: Agriculture in the European Union. Statistical and economic information 2008. European Commission.

⁸ Para el caso de España, este hecho tuvo lugar en las campañas 1995/96 y durante el período comprendido entre las campañas 1998/99 y 2005/06.

⁹ Fuente: Agriculture in the European Union. Statistical and economic information 2008. European Commission.

¹⁰ En virtud de la aplicación del artículo 3 del R(CE) nº 1234/2007 del Consejo de 22 de octubre de 2007 por el que se crea una organización común de mercados agrícolas y se establecen disposiciones específicas para determinados productos agrícolas (Reglamento único para las OCM), los precios medios de la campaña de comercialización para 2005/06 (de transición) se calculan como el promedio de los precios medios mensuales registrados entre los días 01 de noviembre y 30 de junio del año siguiente. A partir de la campaña siguiente (2006/07), dichos precios se calculan como la media de los precios medios mensuales registrados entre los días 01 de julio al 30 de junio del año siguiente. Por otra parte, las campañas anteriores a la 2005/06 comprenden el período transcurrido entre el 1 de noviembre y el 31 de octubre del año siguiente, calculándose los precios medios de campaña a partir de los precios medios registrados en este período.

Por último, hay que destacar que los precios en origen para los aceites de oliva no priman la calidad en igual medida en los países comunitarios productores. Así, en Grecia e Italia el precio de un aceite de oliva “virgen extra” se distancia del de un aceite de oliva “lampante” en mayor medida que en España, a juzgar por los datos de precios de la Comisión Europea (ver Tabla 1). No obstante, esta comparación debe hacerse con reservas, por cuanto hay que considerar el amplio rango que calidades que cubre la definición de “lampante”, que puede llegar a incorporar aceites que serían “virgen” o “virgen extra” por su acidez y que, sin embargo, no alcanzan estas categorías por determinadas cualidades organolépticas negativas detectadas por un panel de cata.

Tabla 1 Precios medios anuales en origen del aceite de oliva virgen extra y lampante, en las campañas 2006/07-2008/09 (€/kg)¹¹.

	Campaña 2006/07			Campaña 2007/08			Campaña 2008/09		
	Virgen extra	Lampante	Diferencia	Virgen extra	Lampante	Diferencia	Virgen extra	Lampante	Diferencia
España	2,71	2,54	0,17	2,49	2,34	0,15	2,07	1,93	0,14
Italia	2,94	2,42	0,52	2,78	2,25	0,53	2,27	1,87	0,40
Grecia	2,61	2,13	0,48	2,60	1,89	0,71	2,06	1,53	0,53

Fuente: European Commission

3. Exportaciones de aceite de oliva

3.1. Exportaciones mundiales

Las exportaciones mundiales de aceite de oliva muestran una clara tendencia creciente a lo largo del periodo 1990/91-2009/10, habiendo pasado de 337.000 t en 1990/91 a aproximadamente 673.000 t en 2009/10. Esta última cifra es un 10,6% mayor que la de la campaña anterior, y un 9,6% superior a la media de las cinco campañas anteriores. Para la campaña 2010/11 el COI prevé que las exportaciones alcancen el nivel de 707.000 t. La UE, principal exportador de aceite de oliva en el mundo, ha pasado de exportar 146.000 t en la campaña 1990/91 a 424.500 t en la 2009/10, cantidad un 12,9% superior a la registrada durante de la campaña anterior 2008/09, y un 23,0% superior a la media de las cinco campañas anteriores.

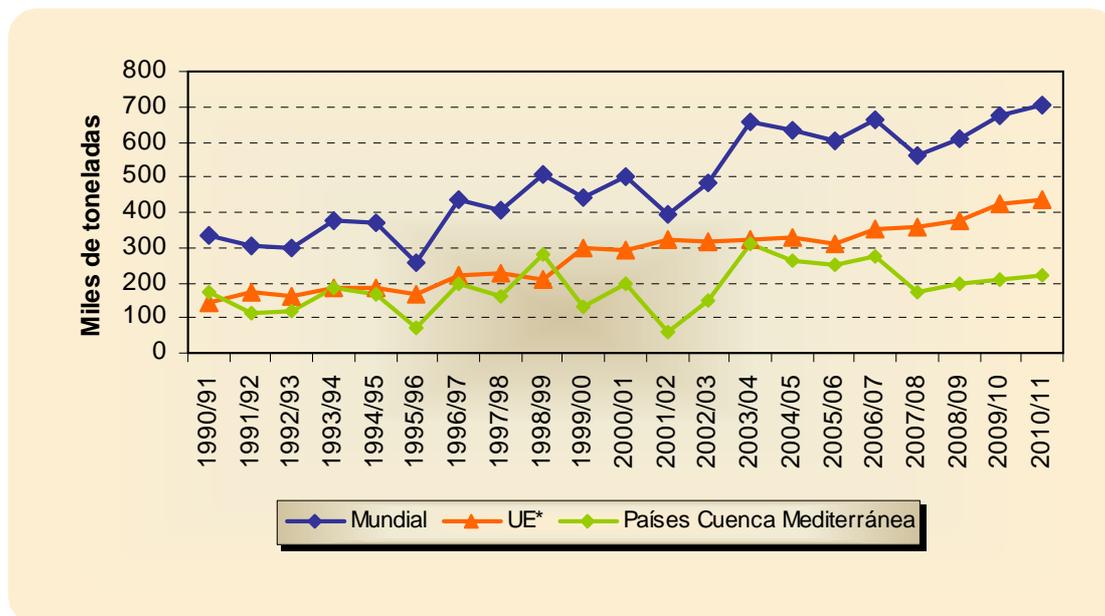
En la campaña 2003/04, los países de la Cuenca Mediterránea¹² casi consiguieron igualar las exportaciones de la UE, al alcanzar el nivel de 309.000 t. En las campañas inmediatas, con altibajos, siguieron exportando volúmenes cercanos a los exportados por la UE, aunque a partir de la campaña 2007/08 comenzaron a disminuir de forma significativa, cifrándose las exportaciones sólo en 173.000 t para dicha campaña, debido principalmente al descenso de las producciones turcas y sirias. Durante la campaña 2009/10, las exportaciones de estos países

¹¹ Los precios medios de campaña del aceite “lampante” proceden del documento de la Comisión Europea “Agriculture in the European Union. Statistical and economic information 2009”, y están calculados como la media de los precios medios mensuales registrados durante la campaña de comercialización (entre los días 01 de julio al 30 de junio). Por su parte, los precios medios de campaña del aceite “virgen extra” proceden del documento de la Comisión Europea “EU market prices for representative products. European Comisión”, y se calculan como la media de los precios medios mensuales registrados entre los días 1 de noviembre y 31 de octubre.

¹² Argelia, Egipto, Israel, Jordania, Líbano, Libia, Marruecos, Siria, Túnez y Turquía.

ascendieron a 208.000 t. Por otra parte, el COI estima que para la campaña 2010/11 sus exportaciones alcancen las 224.000 t.

Gráfico 8 Evolución de las exportaciones de aceite de oliva en el mundo, la UE y los países de la Cuenca Mediterránea, entre las campañas 1990/91 y 2010/11.

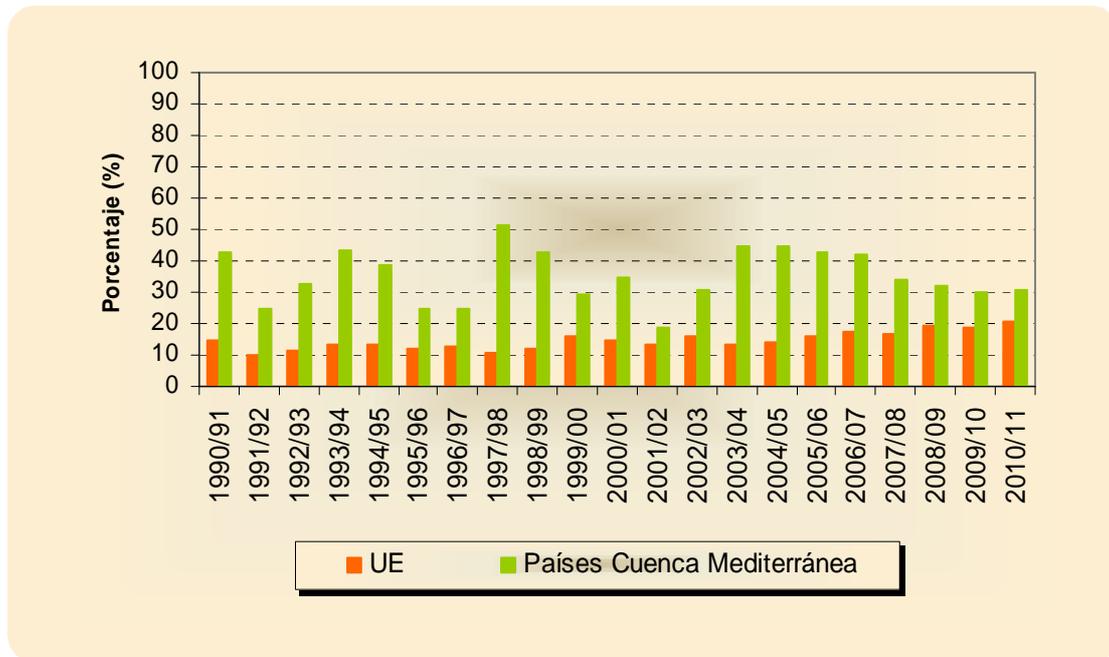


Nota: El dato de la campaña 2000/10 es provisional y el de 2010/11 una previsión. No incluyen las transacciones entre países de la UE. Hasta 1993/94 es UE (12), hasta 2002/03 es UE (15), y desde 2003/04 hasta 2005/06 es UE (25).

Fuente: COI.

Las exportaciones de aceite de oliva comunitario han representado, como media del periodo analizado, un 14,3% de la producción (un 18,9% en la campaña 2009/10). Cabe destacar, no obstante, que la importancia de las exportaciones de aceite de oliva en relación con la producción interna, es mucho más elevada en los países productores mediterráneos, en los cuales se ha exportado, como media del periodo 1990/91-2008/09, el 35,4% de su producción.

Gráfico 9 Relación porcentual entre exportaciones y producción de aceite de oliva en la UE, y en los países de la Cuenca Mediterránea.

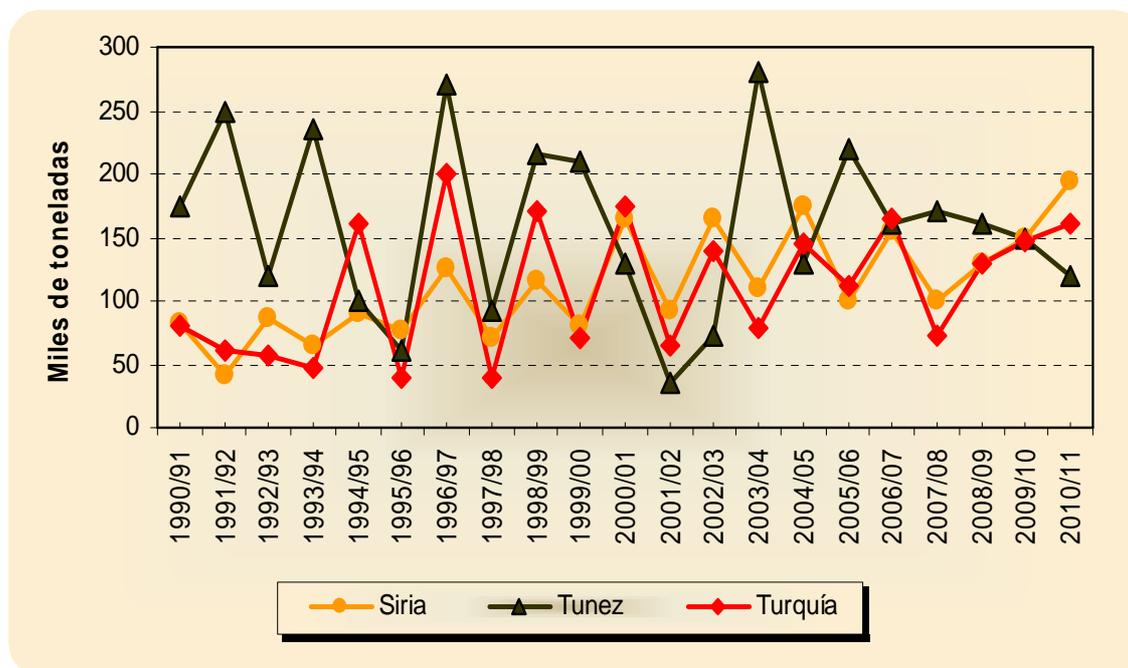


Nota: El dato de la campaña 2009/10 es provisional y el de 2010/11 una previsión. No se incluyen las transacciones entre países de la UE.

Fuente: COI.

Túnez es responsable del 63,1% de la media de las exportaciones realizadas por estos países durante el periodo 1990/91-2009/10. No obstante, las exportaciones tunecinas presentan importantes altibajos al igual que sucede con su producción.

Gráfico 10 Evolución de las exportaciones de aceite de oliva de Túnez, Turquía y, Siria, en el periodo 1990/91-2009/10.



Nota: El dato de la campaña 2009/10 es provisional y el de 2010/11 una previsión.

Fuente: COI.

3.2. Exportaciones de España e Italia

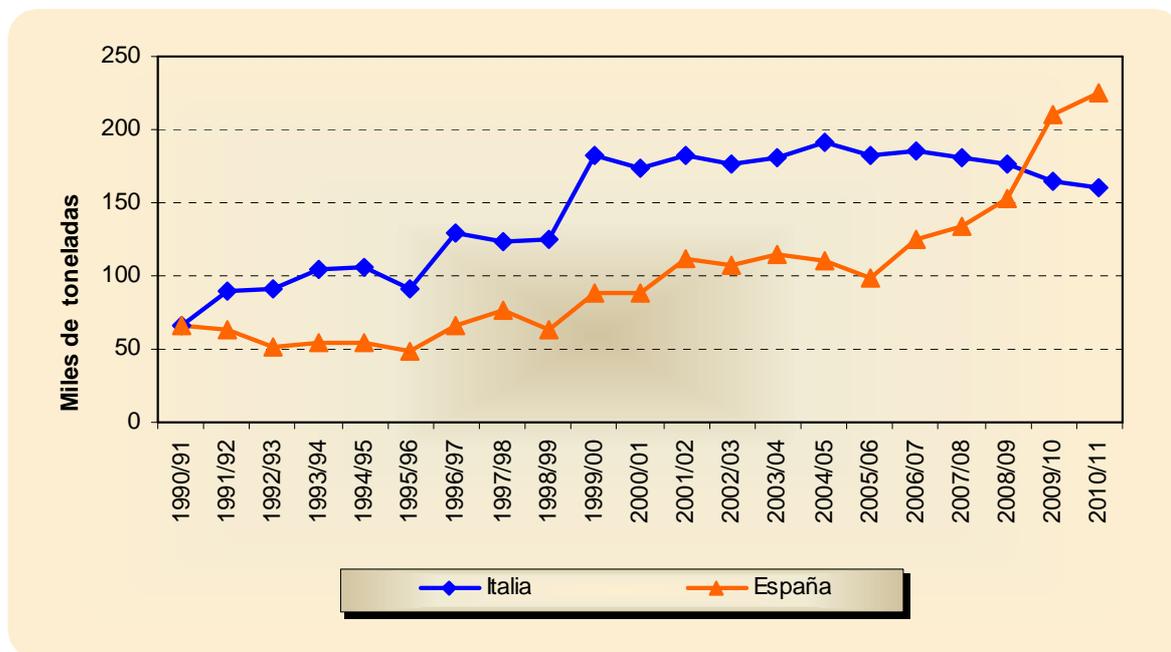
A continuación se muestra la evolución de las exportaciones extracomunitarias de aceite de oliva de España e Italia en el periodo 1990/91-2009/10, como principales productores de la UE. En cuanto a las exportaciones de Grecia y Portugal, éstas no se reflejan en el Gráfico 11 dada su escasa representatividad. Según las estimaciones del COI, las exportaciones extracomunitarias italianas pueden cifrarse para la campaña 2009/10 en 165.000 t, mientras que las españolas las superan y se sitúan en 210.00 t. Las exportaciones extracomunitarias italianas de aceite de oliva tradicionalmente han sido superiores a las españolas, ya que Italia se ha caracterizado desde hace años por ser uno de los principales actores mundiales de este mercado, comprando importantes cantidades de aceite a España para comercializarlo posteriormente al mercado exterior. No obstante, dicha tendencia se ha invertido durante la campaña 2009/10, ya que la cifra de exportaciones españolas realizadas supone un record histórico¹³.

Tanto las exportaciones italianas como las españolas han experimentado un fuerte incremento en el periodo 1990/91-2009/10; las italianas del 148,1%, y las españolas del 219,1%. Las previsiones para la campaña 2010/11 contemplan que en Italia se produzca un leve descenso

¹³ Según datos de la AAO, para la campaña 2009/10 el total de exportaciones españolas (intra y extracomunitarias) fue de 809.500 t.

del 3,0% en las exportaciones extracomunitarias, y que en España se dé un aumento del 7,1% en las mismas respecto a la campaña anterior.

Gráfico 11 Evolución del volumen de las exportaciones extracomunitarias de aceite de oliva de España e Italia en el periodo 1990/91-2010/11.

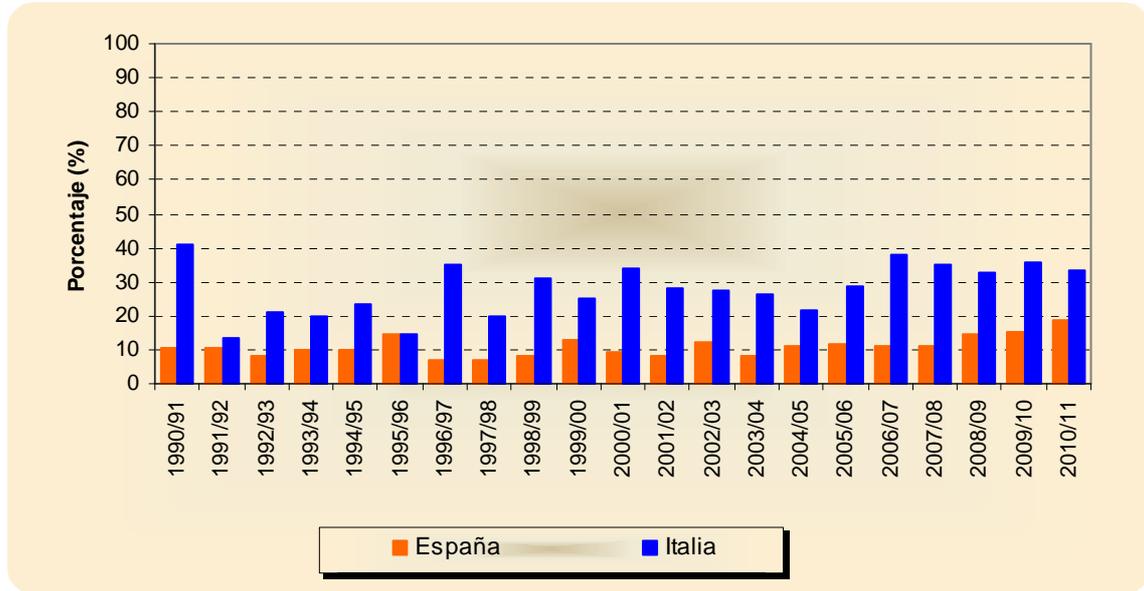


Nota: El dato de la campaña 2009/10 es provisional y el de 2010/11 una previsión.

Fuente: COI.

El siguiente gráfico muestra la representatividad de las exportaciones extracomunitarias de aceite de oliva frente a las producciones nacionales, tanto en España como en Italia. En España, el volumen de exportación que se dirige fuera de la UE supone alrededor del 10,6% de la producción como media del periodo 1990/91-2009/10, mientras que en Italia, este porcentaje se eleva hasta el 27,6%.

Gráfico 12 Proporción de las exportaciones extracomunitarias de aceite de oliva respecto a producción en España e Italia, en el periodo 1990/91-2010/11.



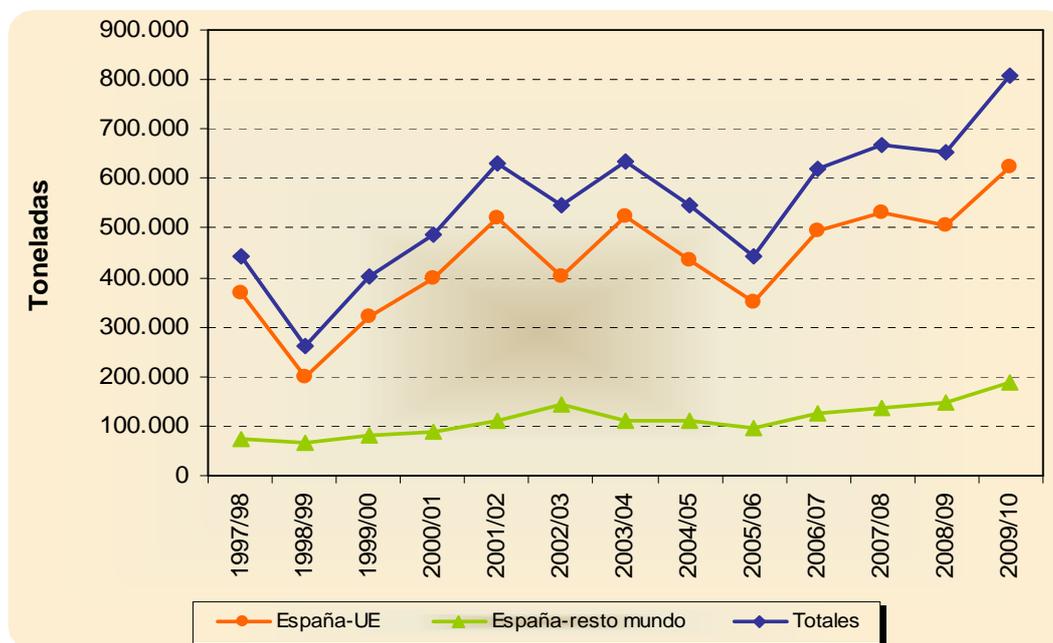
Nota: El dato de la campaña 2009/10 es provisional y el de 2010/11 una previsión.

Fuente: COI.

Las exportaciones totales españolas en la campaña 2009/10 ascendieron a 809.493 t de aceite de oliva, según ICEX, record histórico nacional de exportación de aceite de oliva, un 23,7% más que en la campaña 2008/09, y un 63,8% por encima de las exportaciones medias de las cinco campañas anteriores.

Según ICEX, el 76,8% de las exportaciones españolas de aceite de oliva durante la campaña 2009/10 son operaciones intracomunitarias (Gráfico 13). A lo largo del periodo 1997/98-2009/10 las exportaciones españolas de aceite de oliva han aumentado un 83,2%.

Gráfico 13 Evolución de las exportaciones de aceite de oliva español fuera y dentro de la UE.



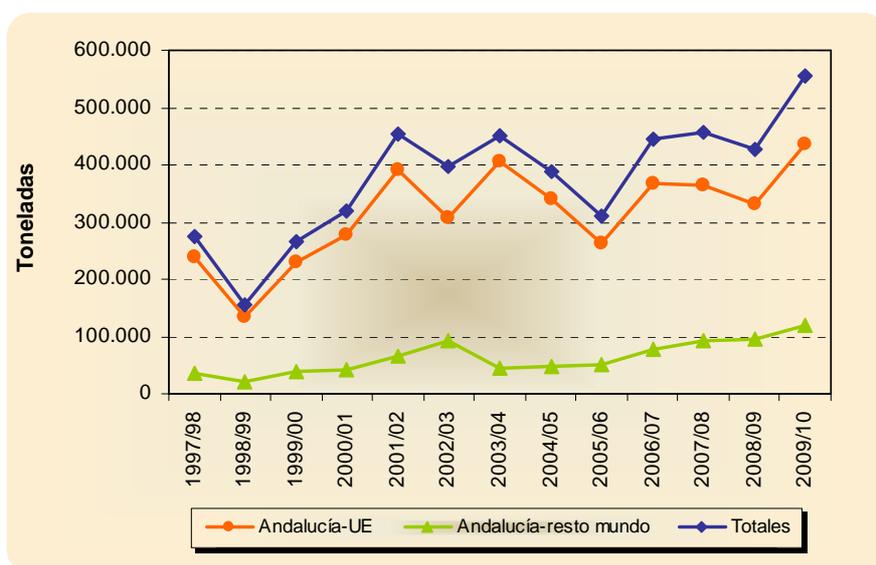
Fuente: ICEX.

3.3. Exportaciones andaluzas

Las exportaciones andaluzas de aceite de oliva en la última década han evolucionado al alza, como se aprecia en el Gráfico 14. Según ICEX, durante la campaña 2009/10 se exportaron 555.597 t.

El 78,4% de las exportaciones andaluzas de aceite de oliva durante la campaña 2009/10 son operaciones intracomunitarias. A lo largo del periodo 1997/98-2009/10 las exportaciones andaluzas de aceite de oliva han aumentado un 101,6%.

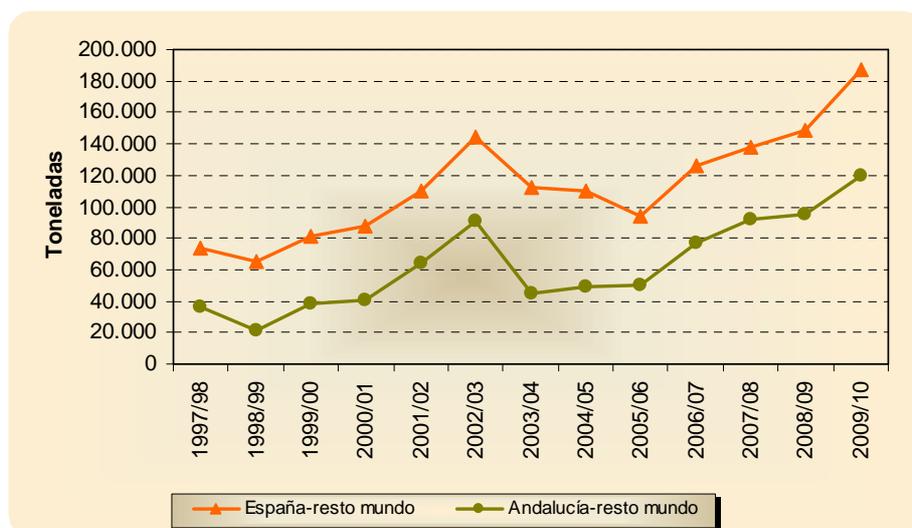
Gráfico 14 Evolución de las exportaciones de aceite de oliva de Andalucía intra y extracomunitarias, en el periodo 1997/98 y 2009/10.



Fuente: ICEX.

Por otra parte, las exportaciones andaluzas intracomunitarias de aceite de oliva suponen un porcentaje muy elevado del cómputo total de las mismas; representando en la campaña 2009/10 un 70,0% de las nacionales, si bien el promedio de representación de las últimas diez campañas ha sido del 71,9%. En cuanto a las exportaciones andaluzas extracomunitarias, representan el 64,1% de las exportaciones extracomunitarias españolas (Gráfico 15).

Gráfico 15 Evolución del volumen de las exportaciones extracomunitarias de aceite de oliva de España y Andalucía en el periodo 1997/98-2009/10.



Fuente: ICEX.

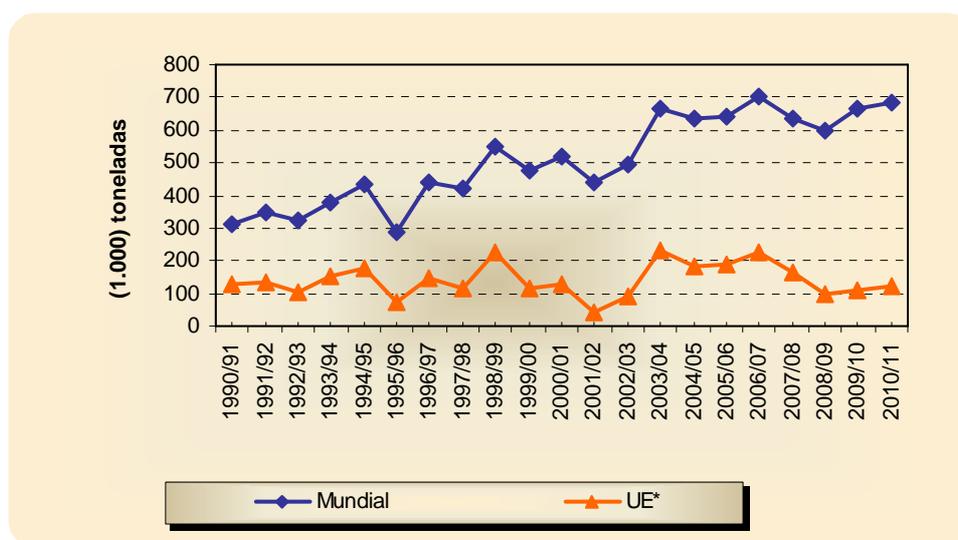
4. Importaciones

4.1. Importaciones mundiales

Las importaciones mundiales de aceite de oliva, aunque con oscilaciones, experimentaron una tendencia creciente entre las campañas 1990/91 y 2009/10, situándose a partir de la campaña 2003/04, por encima de las 600.000 t. El nivel alcanzado en la campaña 2009/10 ha sido de 664.500 t, y la previsión para la campaña 2010/11 es de un crecimiento del 2,9% respecto a la campaña anterior.

El número de t importadas por la UE entre las campañas 1990/91 y 2009/10 a países terceros, ha oscilado entre las 42.500 (campaña 2001/02) y las 231.500 t (campaña 2003/04), dependiendo en un grado elevado de la producción propia. En la campaña 2009/10 las importaciones (extracomunitarias) de la UE se han contabilizado en 109.000 t de aceite de oliva, mientras que para la campaña 2010/11, el COI prevé unas importaciones de 124.000 t.

Gráfico 16 Importaciones mundiales y comunitarias de aceite de oliva entre las campañas 1990/91 y 2010/11.



Nota: No incluye transacciones intracomunitarias. El dato de la campaña 2009/10 es provisional y el de 2010/11 una previsión.

Fuente: COI.

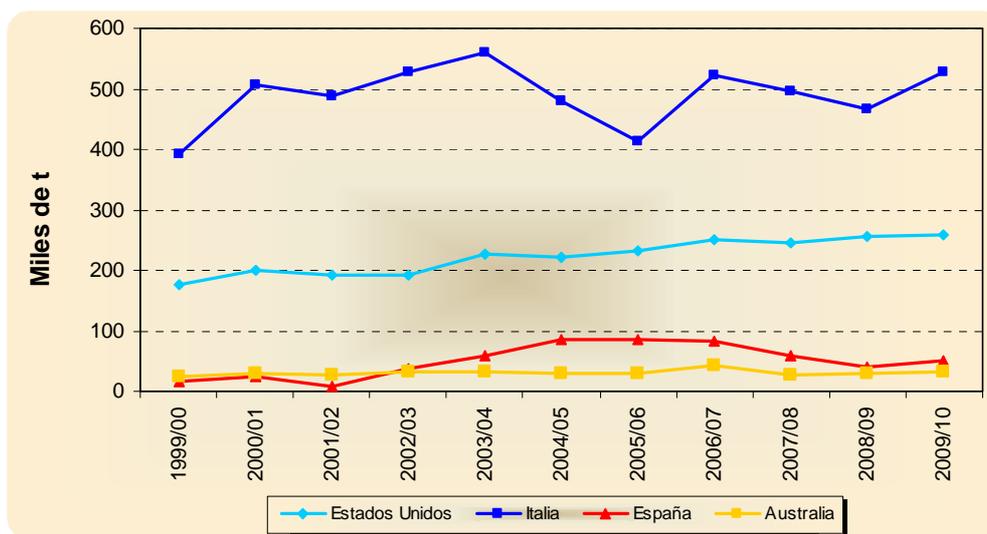
Italia es el país que importa más cantidad de aceite de oliva, ascendiendo sus importaciones (intra y extracomunitarias) durante la campaña 2009/10 a 529.249,90 t¹⁴. Tras Italia se sitúa EE.UU., quien ha pasado de importar 144.000 t en la campaña 1997/98 a 258.000 en la 2009/10, de forma progresiva¹⁵.

¹⁴ Fuente: Eurostat.

¹⁵ Fuente: COI.

Por otra parte, las importaciones españolas de aceite de oliva varían bastante en función del nivel de producción obtenido, observándose a partir de la campaña 2007/08 una tendencia decreciente en el volumen de las importaciones. Durante la campaña 2009/10, las importaciones totales de aceite de oliva en España alcanzaron la cifra de 49.884 t¹⁶.

Gráfico 17 Evolución de las importaciones de los principales países importadores de aceite de oliva mundiales, en el periodo 1997/98-2009/10.



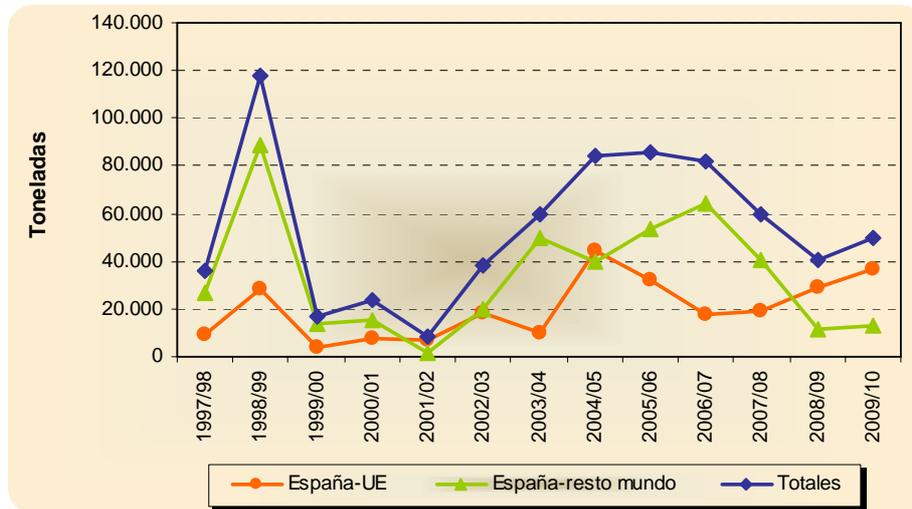
* Los datos de la campaña 2008/09 son provisionales para EE.UU. y Australia.

Fuente: COI, Eurostat e ICEX.

En las compras españolas tiene una elevada importancia el comercio que se realiza con los países de la UE, si bien entre las campañas 2005/06 y 2007/08 se observa que las importaciones procedentes de países terceros superan en volumen a las procedentes de la propia UE (Gráfico 18). En la campaña 2009/10, no obstante, las importaciones intracomunitarias españolas de aceite de oliva, representaron el 74,3% de las importaciones totales, siendo los orígenes principales de estas importaciones Portugal (22,4%), Italia (19,5%), Túnez (16%) y Alemania (15,2%).

¹⁶ La AAO, según el balance realizado a 31 de octubre, estima para el total de la campaña 2009/10 unas importaciones de 44.600 t de aceite de oliva.

Gráfico 18 Evolución de las importaciones españolas de aceite de oliva, periodo 1997/98-2009/10.

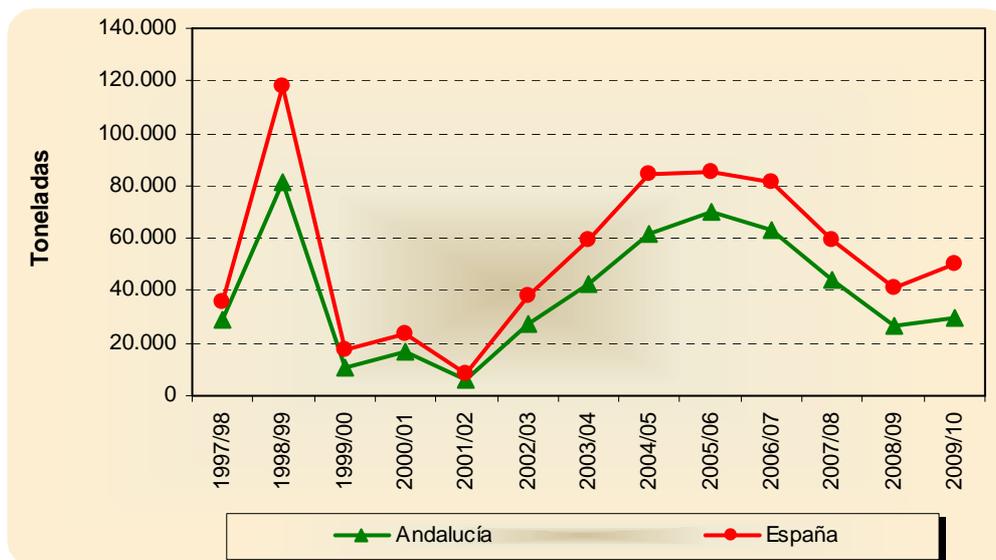


Fuente: ICEX.

4.2. Importaciones andaluzas

Las importaciones andaluzas de aceite de oliva han representado una media del 72,4% de las importaciones nacionales en las últimas once campañas. Según datos de ICEX, las importaciones andaluzas de aceite de oliva en la campaña 2009/10 ascendieron a sólo 29.711 t.

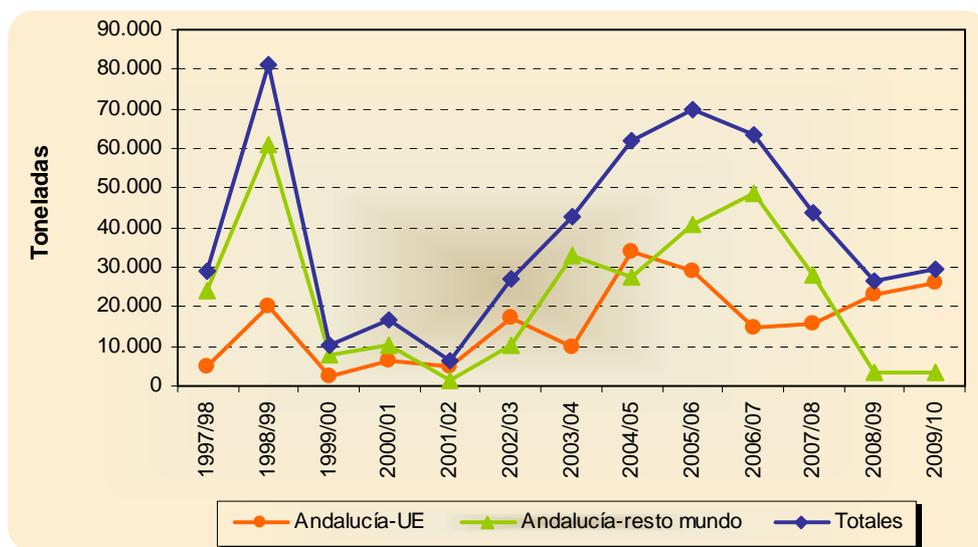
Gráfico 19 Evolución de las importaciones españolas y andaluzas de aceite de oliva en el periodo 1997/98-2009/10.



Fuente: ICEX.

En cuanto a la procedencia de las importaciones andaluzas de aceite de oliva, en 2009/10 destacaron Alemania, Portugal e Italia como proveedores comunitarios¹⁷, así como países terceros del Mediterráneo, entre los que destaca Marruecos. Durante la campaña 2009/10 las importaciones intracomunitarias han representado el 88,2% de las totales.

Gráfico 20 Evolución de las importaciones andaluzas de aceite de oliva en el periodo 1997/98-2009/10.



Fuente: ICEX.

5. Consumo de aceite de oliva

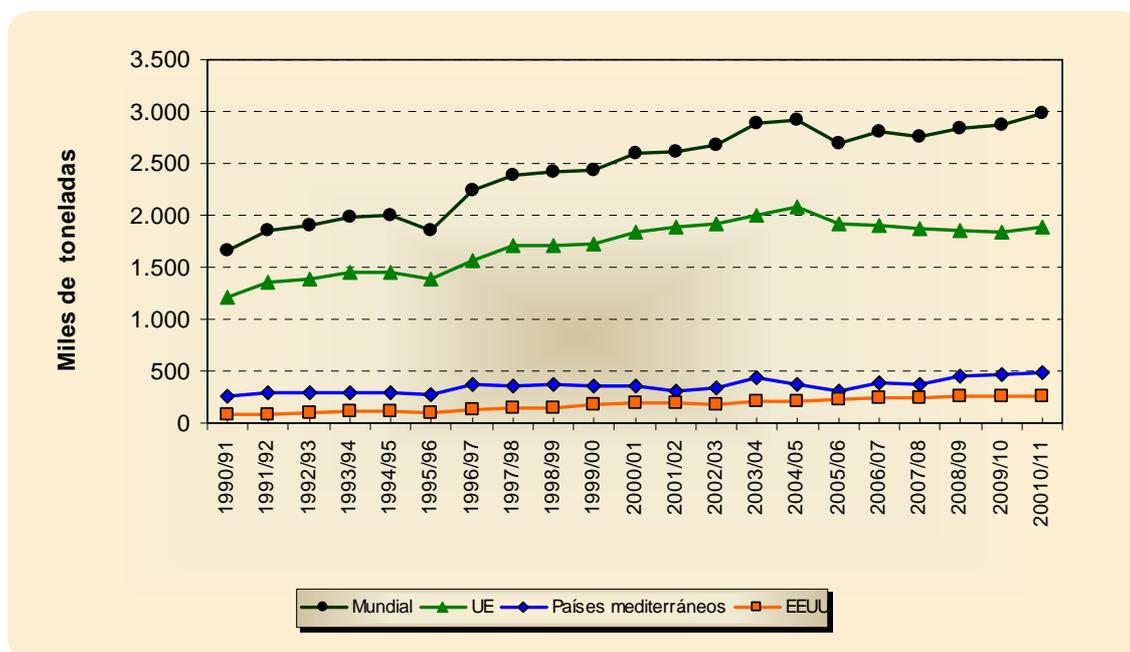
El consumo mundial de aceite de oliva ha crecido un 72,4% a lo largo del periodo 1990/91-2009/10, con escasos altibajos. Las dos campañas de dicho periodo en las que el consumo sufrió una caída drástica, 1995/96 y 2005/06, se corresponden con descensos de producción durante varias campañas previas seguidas. En la campaña 2009/10 el consumo ha alcanzado las 2.873 miles de t (el máximo consumo se alcanzó en la campaña 2004/05 con 2.923 miles de t) y la previsión para la campaña 2010/11 es de 2.978 miles de t (un crecimiento de apenas el 3,7%).

Existe cierto paralelismo entre la evolución del consumo de aceite de oliva en la UE y en el mundo (ver Gráfico 21), puesto que el primero representa en torno al 64% del segundo, considerando el consumo medio del periodo analizado. Tras la UE, es en el conjunto de países terceros mediterráneos donde mayor consumo de aceite de oliva se produce. EEUU se posiciona como la tercera zona consumidora en importancia, y se encuentra en plena expansión. Estas tres zonas concentraron cerca del 89% del consumo mundial de la campaña 2009/10.

¹⁷ El hecho de que durante la campaña 2009/10 Alemania haya sido uno de los principales orígenes de las importaciones andaluzas es algo meramente ocasional, debido a la escasa cuantía de dichas importaciones.

El aumento del consumo dentro de la UE en el periodo 1990/91-2009/10 ha sido elevado (50,8%), alcanzando 1.831,5 miles de t en 2009/10. En los países de la Cuenca Mediterránea, el consumo para la misma campaña se cuantifica en 466,5 miles de t (un 84,0% más que en la campaña 1990/91); y en EEUU en 258 miles de t. La importancia del consumo comunitario sobre el global tiende a disminuir, y en la campaña 2009/10 ha alcanzado el valor mínimo de participación (63,75%). Por el contrario la participación del consumo de EEUU es creciente, siendo el porcentaje de crecimiento en el periodo analizado del 193,2%.

Gráfico 21 Evolución del consumo de aceite de oliva en el mundo, y principales zonas consumidoras, en el periodo 1990/91-2010/11.

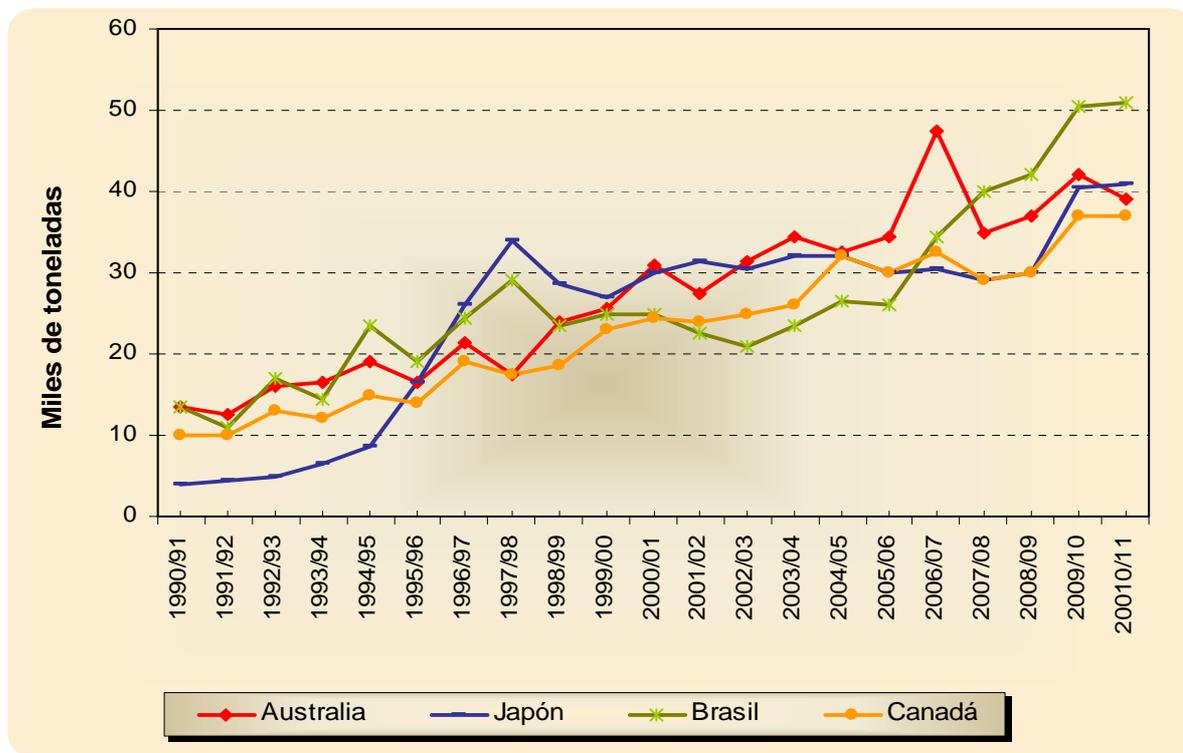


Nota: El dato de la campaña 2009/10 es provisional y el de 2010//11 una previsión.

Fuente: COI.

Por países, los tres mayores consumidores de aceite de oliva son, en orden descendente, Italia, España y Grecia. Como países extracomunitarios, además de EEUU y los países terceros del área Mediterránea, destacan Australia, Brasil, Canadá y Japón.

Gráfico 22 Evolución del consumo de aceite de oliva en otros países consumidores.

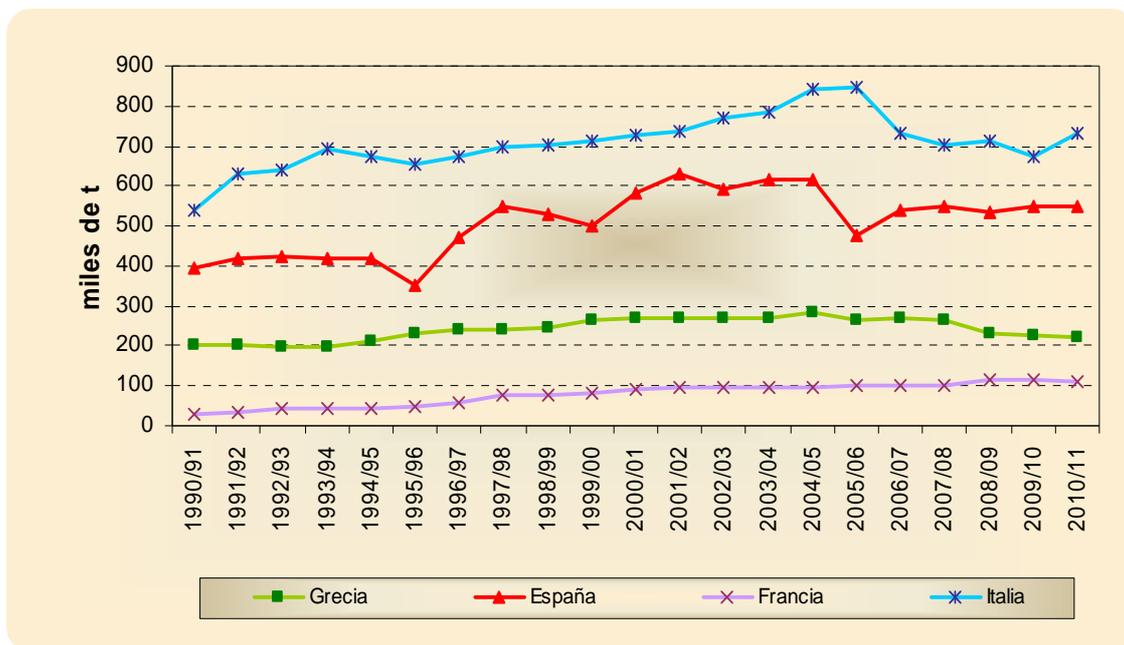


Nota: El dato de la campaña 2009/10 es provisional y el de 2010/11 una previsión.

Fuente: COI.

Dentro de la UE, los principales consumidores son Italia, España, Grecia y Francia. El consumo en Italia ha alcanzado 675.000 t en la campaña 2009/10 según datos del COI (el 36,9% del consumo comunitario total), cifra que queda lejos de su volumen de producción para esa misma campaña (460.000 t); mientras que el consumo de España (550.000 t) ha supuesto el 30,0% del consumo total de la UE. Lejos queda Grecia, con el 12,3% del consumo comunitario. El consumo de aceite de oliva en estos cuatro países ha evolucionado al alza en el periodo analizado (ver Gráfico 23). En cuanto al consumo previsto por el COI para la campaña 2010/11, es de 730.300 t para Italia y de 550.000 t para España.

Gráfico 23 Evolución del consumo en los principales países consumidores de la UE.

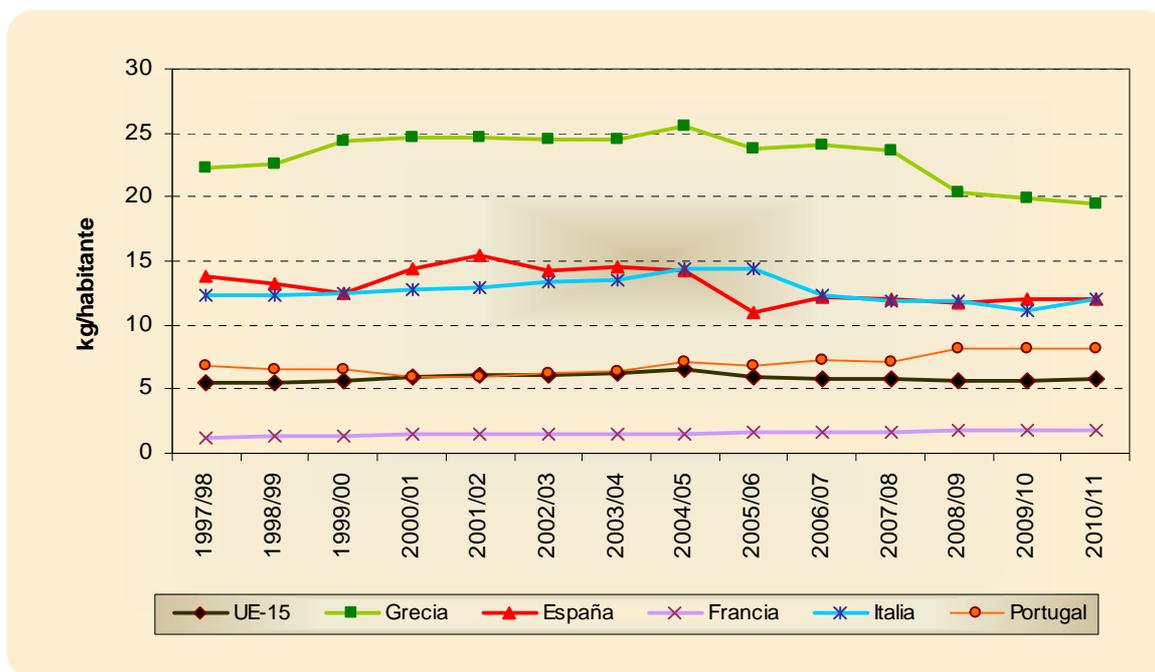


Nota: El dato de la campaña 2009/10 es provisional y el de 2010/11 una previsión.

Fuente: COI.

Sin embargo, en cuanto a consumo *per cápita* se refiere, el dato más destacable lo presenta Grecia con 19,9 kg de aceite consumido por habitante en la campaña 2009/10, nivel un 16,4% inferior al registrado en la campaña 2005/06. Le siguen en importancia España e Italia con 12,0 y 11,2 kg por habitante, respectivamente. Para la campaña 2010/11 el COI prevé que los consumos *per cápita* en estos países sean similares a los registrados durante la campaña 2009/10.

Gráfico 24 Consumo *per cápita* en los principales países consumidores de la UE.



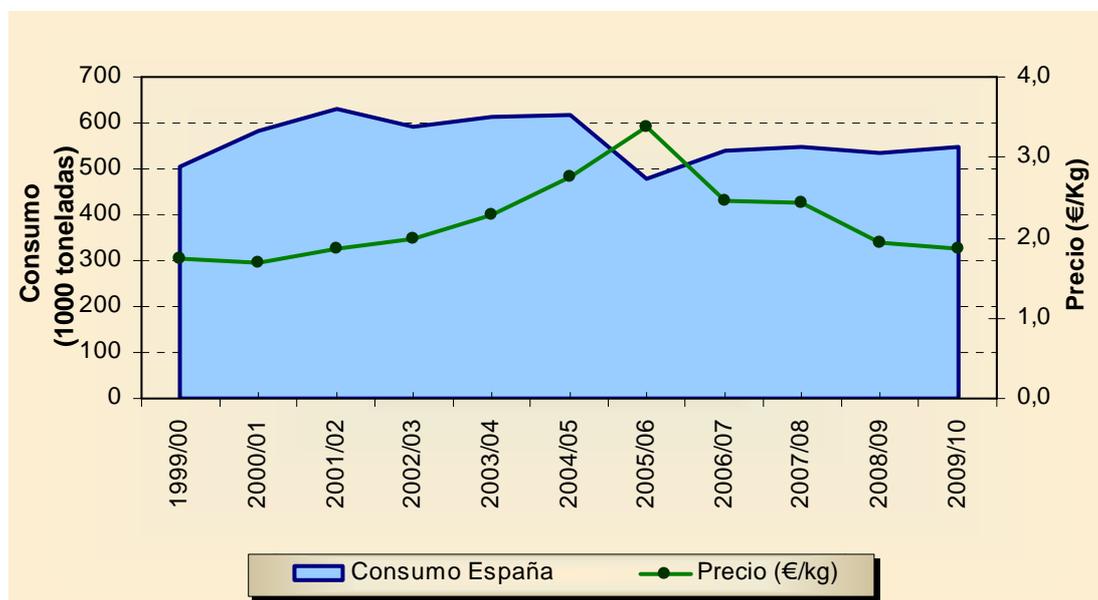
Nota: El dato de la campaña 2009/10 es provisional y el de 2010/11 una previsión.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del COI y EUROSTAT.

5.1. Relación precios y consumo

En los siguientes gráficos se refleja la evolución del precio del aceite de oliva total y del consumo del aceite de oliva, en España. A primera vista se observa cómo el consumo de aceite de oliva sufre muy ligeras oscilaciones a pesar de las fluctuaciones de precios, aunque con niveles de precios elevados se observa que el consumo sí es sensible a éstos. Esto se aprecia especialmente en las campañas 1995/96 y 2005/06, en las que la espectacular subida de precios produjo una caída considerable del consumo en España (Gráfico 25).

Gráfico 25 Relación precios-consumo de aceite de oliva en España en el periodo 1992/93-2009/10.



Fuente: Poolred y COI.

Restringiendo el análisis al consumo en hogares, según los datos ofrecidos por el Panel de Consumo Alimentario del MARM, durante la campaña 2008/09¹⁸ el consumo en hogares de aceite de oliva en España ascendió a 447.548,31 t, un 1,96% superior al registrado durante la campaña 2007/08. Por CCAA, destacó el consumo registrado en Andalucía, con un total de 85.281,88 t (19,06%). En cuanto a su evolución entre las campañas 2007/08 y 2008/09, el mayor crecimiento correspondió a Castilla La Mancha, donde aumentó un 12,1%, mientras que se registraron descensos de consumo en Murcia (6,95%), Galicia (5,46%), País Vasco (2,32%) y Cantabria (1,17%) (Tabla 2).

¹⁸ Última campaña de la que se dispone de datos de consumo en hogares en el Panel de Consumo del MARM.

Tabla 2 Consumo en hogares de aceite de oliva total por CCAA entre las campañas 2007/08 y 2008/09¹⁹.

CCAA	Campaña 2007/08		Campaña 2008/09		Var(%) entre campañas
	Consumo (t)	%	Consumo (t)	%	
Andalucía	84.994,71	19,36	85.281,88	19,06	0,34
Aragón	14.316,53	3,26	15.269,48	3,41	6,66
Asturias	15.794,16	3,6	15.826,47	3,54	0,20
Baleares	8.308,28	1,89	9.145,19	2,04	10,07
Canarias	22.685,50	5,17	23.175,23	5,18	2,16
Cantabria	8.161,99	1,86	8.066,12	1,80	-1,17
Castilla La Mancha	13.499,18	3,08	15.133,07	3,38	12,10
Castilla y León	33.323,98	7,59	34.274,75	7,66	2,85
Cataluña	61.061,30	13,91	62.982,10	14,07	3,15
Extremadura	11.962,56	2,73	13.375,90	2,99	11,81
Galicia	37.262,61	8,49	35.227,96	7,87	-5,46
La Rioja	2.995,74	0,68	3.313,46	0,74	10,61
Madrid	49.953,62	11,38	51.771,74	11,57	3,64
Murcia	11.321,46	2,58	10.535,06	2,35	-6,95
Navarra	5.723,52	1,3	5.877,36	1,31	2,69
País Vasco	24.976,13	5,69	24.396,40	5,45	-2,32
Valencia	32.588,50	7,42	33.896,14	7,57	4,01
Total	438.929,77	100,00	447.548,31	100,00	1,96

Fuente: MARM. Panel de Consumo Alimentario.

Particularizando para la categoría de aceite de oliva “virgen”²⁰, el Panel de Consumo Alimentario del MARM confirma que durante la campaña 2008/09 el consumo español en hogares fue de 152.535,64 t, el 34,08% del consumo en hogares de aceite de oliva total. Estas cifras arrojan un descenso del 1,9% con respecto al registrado durante la campaña 2007/08. Por CCAA, el mayor consumo en hogares de aceite de oliva “virgen” correspondió a Andalucía, con un total de 41.176,28 t consumidas (26,99%) (Tabla 3).

¹⁹ El cálculo del consumo por campaña se ha realizado considerando los consumos registrados entre el 1 de noviembre y el 31 de octubre del año siguiente.

²⁰ Incluye las categorías “virgen” y “virgen extra”.

Tabla 3 Consumo en hogares de aceite de oliva “virgen” por CCAA entre las campañas 2007/08 y 2008/09.

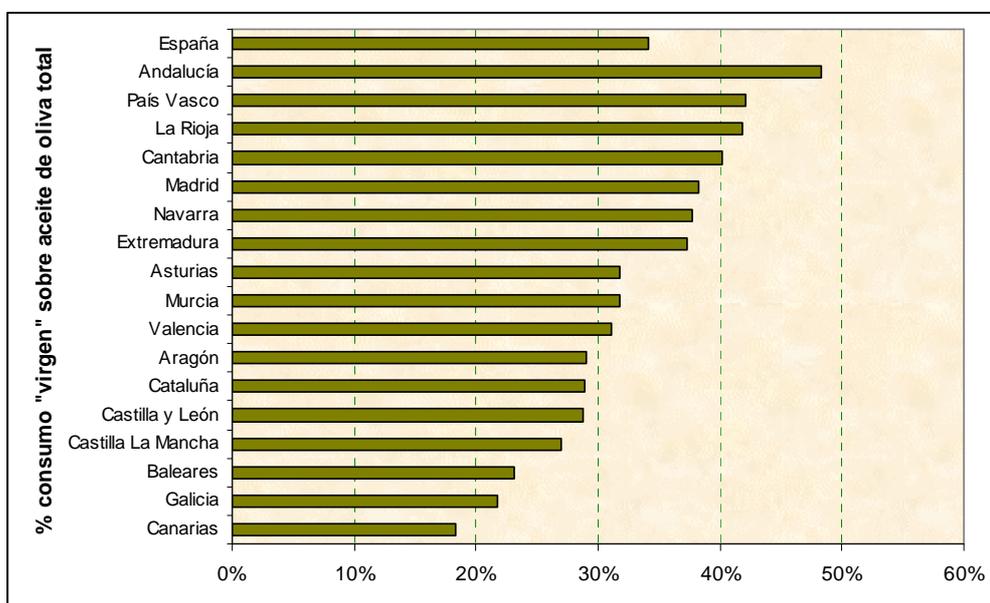
CCAA	Campaña 2006/07		Campaña 2007/08		Var(%) entre campañas
	Consumo (t)	%	Consumo (t)	%	
Andalucía	41.734,43	26,84	41.176,28	26,99	-1,34
Aragón	4.592,11	2,95	4.435,67	2,91	-3,41
Asturias	4.576,62	2,94	5.040,08	3,30	10,13
Baleares	1.793,76	1,15	2.114,57	1,39	17,88
Canarias	4.025,20	2,59	4.248,02	2,78	5,54
Cantabria	3.125,16	2,01	3.238,99	2,12	3,64
Castilla La Mancha	4.004,93	2,58	4.079,84	2,67	1,87
Castilla y León	11.969,19	7,7	9.856,81	6,46	-17,65
Cataluña	20.153,52	12,96	18.178,07	11,92	-9,80
Extremadura	4.785,37	3,08	4.995,35	3,27	4,39
Galicia	9.167,11	5,9	7.637,61	5,01	-16,68
La Rioja	990,16	0,64	1385,69	0,91	39,95
Madrid	19.056,86	12,26	19.782,77	12,97	3,81
Murcia	4.055,24	2,61	3.341,88	2,19	-17,59
Navarra	2.042,94	1,31	2.220,18	1,46	8,68
País Vasco	10.195,06	6,56	10.271,85	6,73	0,75
Valencia	9.221,87	5,93	10.531,98	6,90	14,21
Total	155.489,53	100,00	152.535,64	100,00	-1,90

Nota: Incluye las categorías “virgen” y “virgen extra”.

Fuente: MARM. Panel de Consumo Alimentario.

De los datos anteriores puede obtenerse la importancia que presenta el consumo de aceite de oliva “virgen” en relación con el consumo total de aceite de oliva. A nivel nacional el porcentaje representado por este consumo es del 34,08%. Por otra parte, si se analiza la importancia del consumo del aceite de oliva “virgen” por CCAA, se aprecia que éste presenta mayor importancia en Andalucía (48,3%), País Vasco (42,1%) y La Rioja (41,8%), mientras que en CCAA como Baleares, Galicia y Canarias, se encuentra por debajo del 25% (Gráfico 26).

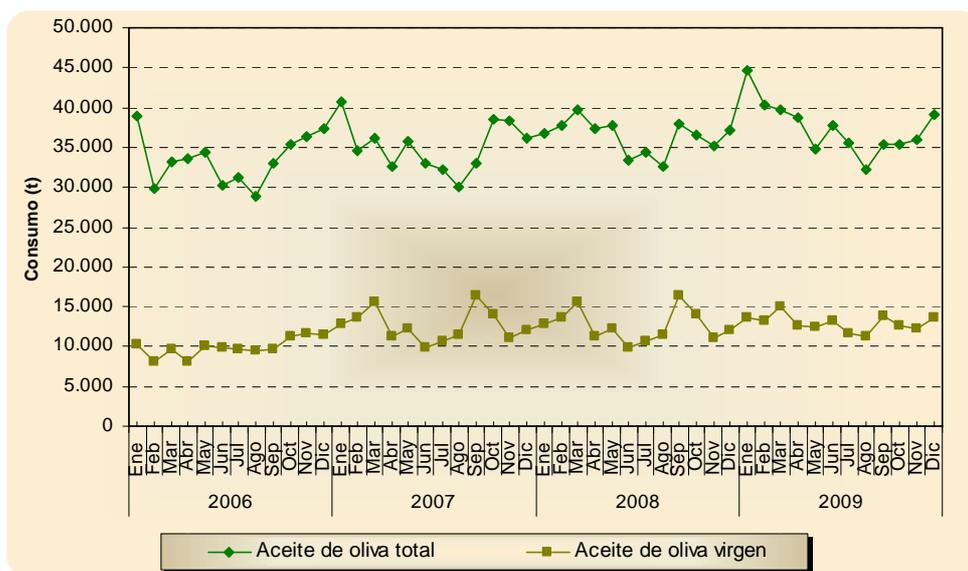
Gráfico 26 Consumo de aceites de oliva vírgenes (“virgen” + “virgen extra”) respecto al de aceite de oliva total en CCAA durante la campaña 2008/09.



Fuente: MARM. Panel de Consumo Alimentario.

Los datos pertenecientes al periodo 2006-2009 de dicho panel, también reflejan que en España se registran las máximas cotas de consumo en hogares en el primer y cuarto trimestre del año, mientras que el verano es la época de menor consumo. En cambio, el consumo de aceite de oliva “virgen” es algo más homogéneo a lo largo del año que el anterior, siendo en general el tercer trimestre la época de mayor consumo (Gráfico 27)

Gráfico 27 Consumo en hogares de aceite de oliva en España entre los años 2006 y 2009.



Fuente: MARM. Panel de Consumo Alimentario.

El mayor volumen de aceite de oliva para el consumo en hogares en nuestro país es adquirido en hipermercados, supermercados, autoservicios y discounts (85,9% en 2009), mientras que en las tiendas tradicionales se realiza sólo el 1,7% de las ventas. Sin embargo, para el aceite de oliva "virgen", si bien las ventas en hipermercados, supermercados, autoservicios y discounts continúan siendo las más numerosas (el 83,2% aproximadamente), hay que destacar la mayor importancia de la tienda tradicional en las ventas, respecto al resto de categorías de aceites de oliva (Tabla 4).

Tabla 4 Evolución del consumo anual en hogares en España en 2009, según el tipo de establecimiento de compra.

Lugar de compra	Total aceite de oliva		"Virgen"		"Otras categorías"	
	Miles de t	%	Miles de t	%	Miles de t	%
Hipermercados, supermercados, autoservicios y discounts	385.919	85,9%	129.057	83,2%	256.862	87,2%
Cooperativas y economatos	10.472	2,3%	5.655	3,6%	4.817	1,6%
Autoconsumo	7.909	1,8%	343	0,2%	7.566	2,6%
Tienda tradicional	7.837	1,7%	3.418	2,2%	4.418	1,5%
Otros canales	37.377	8,3%	16.567	10,7%	20.810	7,1%
Total	449.513	100,0%	155.040	100,0%	294.473	100,0%

Fuente: MARM, Panel de Consumo Alimentario, y Panel de Consumo de la Consejería de Agricultura y Pesca.

6. Balance en España de las últimas campañas

En la Tabla 5 se exponen los balances de las campañas 2006/07 a 2009/10, realizados a partir de datos procedentes de la Agencia para el Aceite de Oliva. Para la campaña 2009/10 las existencias de enlace fueron de 208.300 toneladas. Producción e importaciones ascendieron a 1.401.000 t y 44.600 t respectivamente, mientras que las exportaciones alcanzaron las 809.500 t (record histórico) y el consumo las 538.500 t. Considerando las existencias iniciales, las entradas de aceite (producción e importaciones) y las salidas del mismo (exportaciones y consumo), generan unas existencias finales de 302.800 t, que servirán de enlace para la próxima campaña 2010/11.

Tabla 5 Balance de las campañas 2006/07, 2007/08, 2008/09 y 2009/10 de aceite de oliva de España.

BALANCE (toneladas)					
2006/07	Existencias de inicio	210.900	2008/09	Existencias de enlace	324.500
	Producción	1.111.400		Producción	1.029.500
	Importaciones	80.500		Importaciones	43.500
	Exportaciones	612.100		Exportaciones	654.100
	Consumo	567.100		Consumo	535.100
	Existencias finales (de enlace)	223.600		Existencias finales (de enlace)	208.300
2007/08	Existencias de enlace	223.600	2009/10	Existencias de enlace	208.300
	Producción	1.236.100		Producción	1.401.000
	Importaciones	59.700		Importaciones	44.600
	Exportaciones	665.100		Exportaciones	809.500
	Consumo	529.800		Consumo	538.500
	Existencias finales (de enlace)	324.500		Existencias finales	302.800

Fuente: AAO.

7. Conclusiones

7.1. Sobre la producción

1. La producción mundial de aceite de oliva se ha incrementado en un 108% en las últimas diecinueve campañas. En noviembre de 2010 **el COI hizo una estimación de producción mundial para la campaña 2009/10 de 3.024,0 miles de t**, y para la campaña 2010/11, la previsión es de 2.948,0 miles de t. La UE es la principal productora mundial de aceite de oliva, representando entre el 68 y el 87% de la producción entre las campañas 1990/91 y 2009/10.
2. Los mayores productores de aceite de oliva de la UE son España, Italia y Grecia, siendo España el de mayor peso, especialmente a partir de la campaña 1996/97, tras superar el periodo de sequía de principios de los noventa. Entre las campañas 2004/05 y 2005/06 se produjo un notable descenso de la producción española, recuperándose en las dos campañas siguientes.
3. **Durante la campaña 2009/10 la producción nacional fue de 1.401,0 miles de t según la AAO.**
4. **La producción andaluza durante la campaña 2009/10 fue de 1.771,8 miles de t según la AAO.** Entre las campañas 1990/91 y 2008/09, ésta ha tenido una participación media del 82% en producción nacional.
5. **En 2009/10 la producción española supuso el 46,3% de la producción mundial, mientras que la andaluza supuso el 38,7% de la misma.**

7.2. Sobre los precios

6. Italia, España y Grecia muestra una evolución similar en cuanto a los precios en origen de aceite de oliva “virgen extra” entre las campañas 1992/93 y 2009/10, siendo superiores los precios en Italia a los de España y Grecia, que son similares entre sí.
7. En la campaña 1995/96 se registraron cotizaciones anuales máximas en los tres países debido a un mínimo histórico de producción. Diez años más tarde, en la campaña 2005/06, se volvieron a alcanzar cotas similares. Desde entonces, los precios anuales no han cesado de caer.
8. En los tres países se valora de forma distinta los tipos de aceite de oliva. Mientras que en Grecia e Italia el precio del aceite de oliva “virgen extra” es notablemente superior al del “lampante”, en España el primero es únicamente un 6,4% superior al segundo, según datos de las tres últimas campañas.
9. **En España**, entre enero de 2005 y febrero de 2006, se produjo un incremento del precio próximo al 63%, alcanzando un valor de 4,19 €/kg. A partir de entonces y hasta diciembre de 2007 se produce un descenso (con oscilaciones) en el precio del 37,3%. A partir de entonces el precio en origen ha continuado bajando de forma continuada,

hasta situarse en mayo de 2009 en 1,753 €/kg. En octubre de 2010 el precio medio mensual en origen del aceite de oliva “virgen extra” se situó en 2,060 €/kg.

7.3. Sobre las exportaciones

10. Las exportaciones mundiales de aceite de oliva muestran una tendencia creciente a lo largo del periodo 1990/91-2009/10, incrementándose en un 99,7%. En ese mismo periodo, el incremento de las exportaciones en la UE fue del 190,8%.
11. **Las exportaciones comunitarias suelen representar en torno al 14% de su producción.** Este porcentaje es mayor en los países de la Cuenca Mediterránea, donde las exportaciones representan de media el 35% de la producción.
12. **Las exportaciones extracomunitarias de aceite de oliva italianas son inferiores a las españolas.** En el periodo 1990/91-2009/10 las primeras se han incrementado un 148,1%, mientras que las segundas lo han hecho en un 219,1%.
13. Un porcentaje muy elevado de las exportaciones españolas son operaciones intracomunitarias (76,8% en la campaña 2009/10).
14. **Las exportaciones andaluzas se han incrementado en un 101,6% a lo largo de las últimas once campañas.** Las exportaciones extracomunitarias andaluzas suponen en torno al 64,1% de las exportaciones extracomunitarias españolas, mientras las intracomunitarias representan el 70,0%
15. **Las exportaciones intracomunitarias andaluzas registradas a lo largo de la campaña 2009/10 han ascendido a 435,4 miles de t y las extracomunitarias a 120,2 miles de t.**

7.4. Sobre las importaciones

16. Las importaciones mundiales se han visto incrementadas a lo largo del periodo 1990/91-2009/10, superando las 600.000 t a partir de la campaña 2003/04. En la campaña 2009/10 se han alcanzado las 664.500 t.
17. Italia es el mayor importador de aceite de oliva (en la campaña 2009/10 importó 529,2 miles de t, tanto intra como extracomunitarias). El segundo mayor importador es EE.UU.
18. **Las importaciones españolas correspondientes a la campaña 2009/10 han ascendido a 49,9 miles de t.**
19. **Las importaciones andaluzas correspondientes a la campaña 2009/10 han ascendido a 29,7 miles de t, de las cuales un 88,2% procedieron de la UE.**

7.5. Sobre el consumo

20. **El consumo mundial de aceite de oliva se ha incrementado en un 72,4% en el periodo 1990/91-2009/10,** siendo algo inferior el incremento en la UE (50,8%). En 2005/06 se produjo una caída del consumo mundial debido principalmente a la caída del consumo en la UE.

21. **Los países más consumidores de aceite de oliva en la UE son Italia, España y Grecia, por ese orden. Teniendo** en cuenta el consumo *per cápita*, Grecia es el principal consumidor, con unos 19,9 kg/habitante, seguida de España con 12,0 e Italia con 11,2 kg/habitante, siendo muy superiores a la media europea (5,6 kg/habitante). EEUU es el principal consumidor no perteneciente a la UE, y cuarto consumidor a nivel mundial tras Italia, España y Grecia.
22. En el caso de España se observan ligeras fluctuaciones del consumo en relación con los precios, descendiendo el consumo en años de precios altos.

7.6. Sobre el balance de campaña

23. La producción nacional de aceite de oliva para la campaña 2009/10, de 1.401.000 t, ha sido la más alta de las últimas cuatro campañas.
24. Las existencias finales de aceite de oliva en España para la campaña 2009/10 alcanzaron 302.800 t.
25. Las exportaciones nacionales registradas en la campaña 2009/10 han supuesto un record histórico, con un total de 809.500 t de aceite de oliva exportado.