Tendencias y consumo del mercado internacional del aceite de oliva

Por Abdellatif Ghedira, Director Ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional (COI)

A pesar de contribuir sólo al 3% del mercado mundial de los aceites vegetales comestibles, el aceite de oliva es cada vez más apreciado por su sabor único y sus beneficios para la salud.

El hecho de que la ciencia sigue confirmando desde varias décadas las características positivas de este "oro líquido" y que los consumidores de todo el mundo otorgan cada vez más importancia a la calidad, a la salud y a los aspectos organolépticos de los alimentos, explica en parte que nuevos países estén interesados por este producto.

A pesar de las numerosas oportunidades que la caracterizan, sin embargo, esta antigua cultura se enfrenta actualmente a una serie de desafíos que analizaremos en este artículo.

El renovado interés en el aceite de oliva ha llevado en los últimos años a una transformación de la estructura de la producción en los países productores. *Los países o los inversores que han entrado más recientemente en la producción tienen la ventaja de haber podido introducir las*

técnicas de producción más avanzadas: han usado variedades adaptadas en plantaciones intensivas o superintensivas que les permiten reducir los costes de producción y mecanizar todas las operaciones agrarias; han instalado sistemas de riego ultra modernos y sus olivares son grandes y a menudo dotados de almazaras, unidades de envasados y laboratorios. Esta nueva configuración del sector *ha permitido un mayor rendimiento medio por hectárea y una mayor producción global.*

El aumento de la producción ha sido acompañado, gracias a los esfuerzos de promoción del sector público y privado, de un aumento del consumo, desde unos 2 millones de toneladas a mediados de los años 90 a un promedio de 3 millones de toneladas hoy en día. La globalización es en parte responsable de este aumento del consumo.

> En la década de los 2000, los países no miembros del COI contribuían al 12,5% del consumo mundial; hoy en día, consumen más del 25% del aceite comercializado

La disminución relativa del consumo en los países productores, especialmente en la UE como consecuencia del reciente aumento de los precios del aceite de oliva, y los resultados de los estudios de mercado llevados estos últimos años por el COI en China, Rusia, Estados Unidos, Canadá, Brasil, Japón y Australia confirman esta tendencia.

> De producto regional - casi estrictamente mediterráneo - hace sólo pocas décadas, el aceite de oliva se ha convertido en producto global, que se vende en los 5 continentes y en más de 174 países

Esto supone varios retos: el primero es que hoy en día el 82% de las importaciones mundiales se llevan a cabo por los países que no son miembros del COI, *es decir, los países que no tienen ninguna obligación legal de respetar las normas del COI en su comercio internacional.*

A finales de octubre de 2016, el precio en origen del aceite de oliva virgen extra era de 3,14 €/kg en España; de 4,04 €/kg en Italia; de 2,95 €/kg en Grecia y de 3,23 €/kg en Túnez *(estos cuatro países contribuyen al 71% de la producción mundial y el 58% de las exportaciones mundiales).*

A pesar de que estos precios son un poco más altos que en los últimos años, siguen siendo particularmente bajos para los agricultores y son susceptibles de cuestionar la rentabilidad de esta producción agrícola en las zonas rurales menos competitivas en las que, sin embargo, juega un papel importante *(freno al éxodo rural, barrera contra la desertificación, protección contra la erosión, efecto sumidero de carbono, etc.).*

Frente a esta tendencia que amenaza la supervivencia de ciertos olivares, *los actores del sector buscan garantizar la reducción de los costes de producción pero también concentrar una oferta*

demasiado fragmentada para resistir adecuadamente a la presión de una demanda muy concentrada a nivel de la gran distribución y de los envasadores. Otros esfuerzos incluyen la realización de acciones colectivas basadas en sellos de calidad, *haciendo de la calidad un argumento clave para justificar la diferencia de precio entre el aceite de oliva y otros aceites vegetales.*

> La economía oleícola mundial experimenta una globalización de la demanda, mientras que la oferta está cambiando en base a nuevos modelos de producción agrícola

Aunque la producción permanecerá concentrada probablemente por mucho tiempo en los países miembros del COI, la oferta en el mercado mundial podría diversificarse con la aparición de nuevos actores al lado de los tres principales productores tradicionales que son España, Italia y Túnez. Pensamos en Turquía, Marruecos, Argelia, Portugal, *y, entre los nuevos productores, Chile, Arabia Saudí o China.*