

El sector del aceite de oliva en Castilla-La Mancha

Enrique García Tenorio*

El sector agroalimentario de aceite de oliva es uno de los de mayor peso para la economía castellano-manchega tanto en el sector exterior como interior. Representa un lugar preeminente en la región siendo la segunda productora en el conjunto nacional. Asimismo es un valioso medio de fijación de la población rural al ser la industria más importante existente en gran cantidad de poblaciones de la región.

Palabras clave: aceite de oliva, producción, consumo, exportación, importación, calidad, norma de calidad, Castilla-La Mancha.

Clasificación JEL: R10, Q10.

1. Introducción

El sector agroalimentario es uno de los de mayor peso dentro de la economía castellano-manchega, representando el 30 por 100 de su Producto Interior Bruto Industrial y el 18 por 100 del empleo industrial en esta comunidad. Este peso relativo es también trasladable al comercio exterior, ya que el sector llega a suponer cerca del 30 por 100 del total de las exportaciones que desde esta comunidad se realizan.

Dentro del sector agroalimentario castellano-manchego, el aceite de oliva ocupa por derecho propio un lugar preeminente, al ser nuestra región la segunda productora en el conjunto nacional, y representar junto con el vino, cárnicos y lácteos el grueso de la producción regional.

El aceite de oliva es, pues, de gran importancia en la economía de Castilla-La

Mancha, representando un valioso medio de fijación de la población rural al ser la única o más importante industria existente en gran cantidad de poblaciones de la región.

2. El mercado mundial del aceite de oliva

El aceite de oliva no es una de las principales grasas utilizadas en la alimentación a nivel mundial, representando su consumo tan sólo un 3 por 100 del total. El hecho de que su precio sea sensiblemente superior al de otras grasas, unido a factores culturales, hace que su producción ocupe el octavo lugar entre los aceites vegetales comestibles detrás de la soja y palma; con un consumo que supone en torno a un 30 por 100 en cada caso; el girasol, la pepita de uva, semilla de algodón, cacahuete y coco. Sin embargo esta posición cambia radicalmente en los países de la cuenca medite-



* Director de Certificación de la Fundación CRDO Montes de Toledo.

CUADRO 1
CONSUMO MEDIO DE ACEITE DE OLIVA
POR PAÍSES (1990-2006)
(En miles de toneladas)

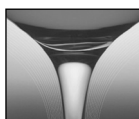
Países	Consumo medio	Porcentajes
Argelia.....	35,3	1,3
Argentina.....	5,5	0,2
Chipre.....	5,5	0,2
Comunidad Europea.....	1934,9	71,1
Croacia.....	5,3	0,2
Irán.....	3,6	0,1
Israel.....	14,9	0,5
Jordania.....	21,7	0,8
Libano.....	5,8	0,2
Marruecos.....	54,7	2,0
Palestina.....	10,3	0,4
Siria.....	117,3	4,3
Túnez.....	42,3	1,6
Turquía.....	55,6	2,0
Australia.....	31,9	1,2
Brasil.....	24,1	0,9
Egipto.....	2,2	0,1
Estados Unidos.....	202,3	7,4
Libia.....	9,8	0,4
México.....	10,3	0,4
Yugoslavia.....	0,5	0,0
Otros.....	49,1	1,8
Arabia Saudí.....	5,6	0,2
Canadá.....	26,3	1,0
Japón.....	31	1,1
Rusia.....	6	0,2
Suiza.....	9,9	0,4
TOTAL.....	2.721,7	100,0

Fuente: Consejo Oleícola Internacional (COI)

CUADRO 2
PRODUCCIÓN MEDIA DE ACEITE DE OLIVA
POR PAÍSES (1990-2006)
(En miles de toneladas)

Países	Producción media	Porcentajes
Argelia.....	34,3	1,2
Argentina.....	13,4	0,5
Chipre.....	6,3	0,2
Comunidad Europea.....	2182,9	78,5
Croacia.....	5,1	0,2
Irán.....	3	0,1
Israel.....	5,8	0,2
Jordania.....	24,2	0,9
Libano.....	6	0,2
Marruecos.....	60,8	2,2
Palestina.....	15,8	0,6
Siria.....	134,5	4,8
Túnez.....	144,5	5,2
Turquía.....	119,8	4,3
Australia.....	3,4	0,1
Egipto.....	2,3	0,1
Estados Unidos.....	1	0,0
Libia.....	8,6	0,3
México.....	2,3	0,1
Yugoslavia.....	0,5	0,0
Otros.....	7,4	0,3
TOTAL.....	2.781,9	100,0

Fuente: Consejo Oleícola Internacional (COI)



CASTILLA-LA MANCHA

rránea, sobre todo en los productores, donde los datos de consumo lo sitúan en los primeros lugares.

El consumo de aceite de oliva en la Unión Europea representa por tanto más del 70 por 100 del total mundial, porcentaje que se aproxima al 85 por 100 en los países de la cuenca mediterránea.

La producción mundial de aceite de oliva, se sitúa en los últimos años en torno a dos millones setecientas mil toneladas, representando la de la Unión Europea el 78,5 por 100 del total con una producción media que sobrepasa los dos millones de toneladas.

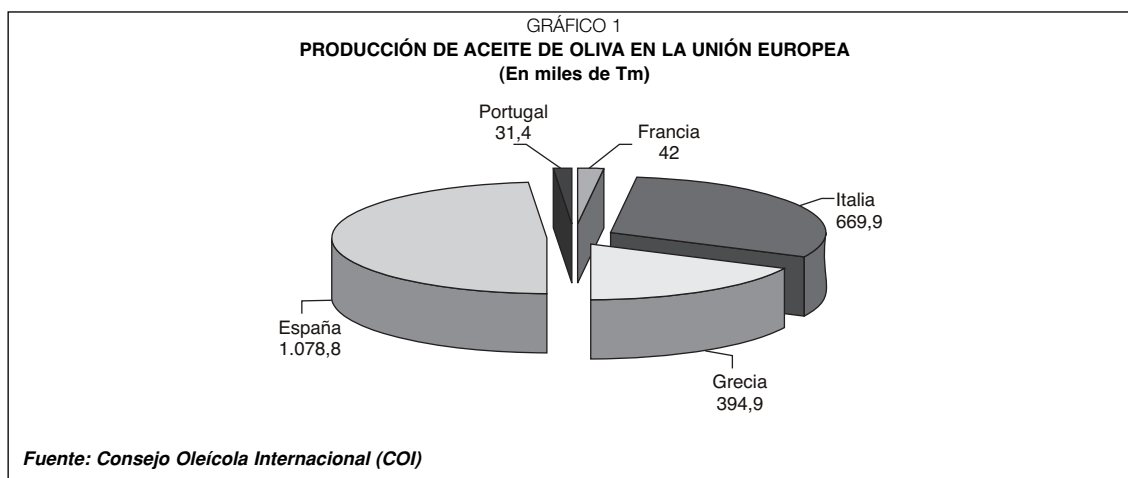
De los datos anteriores se deduce una de las principales características del comercio mundial de aceite de oliva, que es el gran equilibrio existente entre produc-

ción y consumo. Nos encontramos por tanto ante un sector en el que no se producen excedentes, si bien este ajuste entre oferta y demanda puede producir situaciones de tensión en los precios los años en que la cosecha no alcanza la producción esperada.

Es destacable así mismo la preponderancia de la Unión Europea en este mercado tanto en lo referente a producción y consumo, como en las exportaciones, donde también corresponde el primer lugar a la UE; que representa mas de la mitad del total y que junto con el resto de países mediterráneos llega al 98 por 100 del conjunto mundial.

3. España, líder mundial

Dentro de la Unión Europea, la mayor producción anual de aceite de oliva corresponde a España, seguida a bastante dis-



tancia por Italia y Grecia. La producción española supone prácticamente la mitad de la de la Unión Europea y por tanto casi un 40 por 100 de la mundial. Una idea del peso específico que tiene la producción española nos la puede dar el hecho de que sólo la de la provincia de Jaén alcanza casi la misma cantidad que el segundo país productor del mundo y supera ampliamente al tercero. Castilla-la Mancha, con sus más de setenta mil toneladas, ocuparía el séptimo lugar por delante de Francia y Portugal (Gráfico 1).

En lo que se refiere a consumo el primer país en volumen es Italia, ocupando España el segundo lugar. Es de destacar en este aspecto que el consumo italiano supera ampliamente a su producción, lo que unido al montante de sus exportaciones, convierte a este país en el primer importador a nivel mundial, siendo su principal proveedor España, seguido del resto de países del sur de la cuenca mediterránea.

Este hecho ha motivado que tradicionalmente el sector en España haya optado por realizar sus exportaciones a granel con destino a este país, mostrando escaso interés por la conquista de los mercados internacionales que estaban dominados en su totalidad por Italia. Por otra parte, los sistemas de producción con que

CUADRO 3
VOLUMEN DE CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA
POR PAÍSES (1990-2006)
(En miles de toneladas)

Países	Consumo	Porcentajes
Italia	795,3	40,3
España.....	589,1	29,9
Grecia	272,7	13,8
Francia.....	96,4	4,9
Portugal.....	66,9	3,4
Reino Unido	49,0	2,5
Alemania.....	40,5	2,1
Bélgica-Luxemburgo	13,0	0,7
Países Bajos.....	10,8	0,5
Austria.....	5,5	0,3
Suecia.....	4,4	0,2
Dinamarca.....	2,6	0,1
Irlanda.....	2,1	0,1
Finlandia.....	1,2	0,1
Resto.....	22,9	1,2
TOTAL.....	1.972,4	100,0

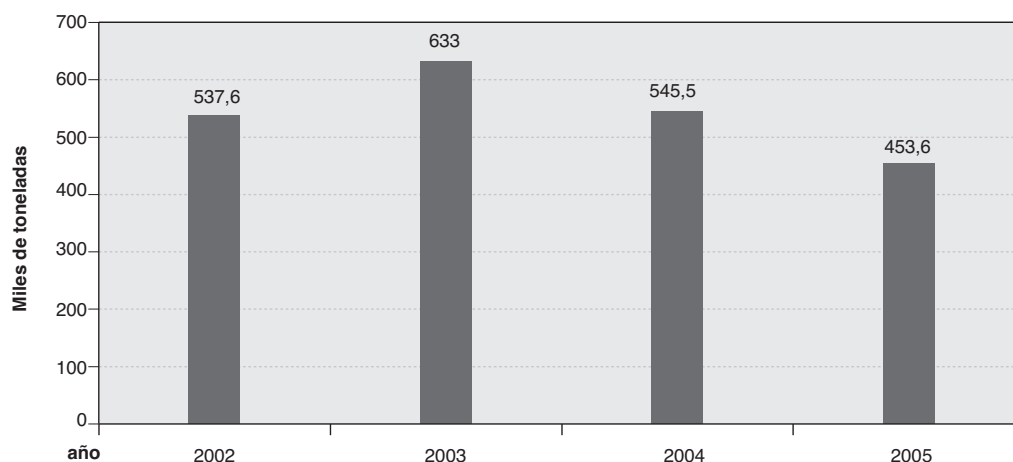
Fuente: Consejo Oleícola Internacional (COI)



se contaba en décadas pasadas estaban poco orientados a la consecución de un producto de calidad, no sólo por falta de orientación de la gestión hacia esta calidad, sino principalmente por una tecnología incapaz de solucionar el problema del manejo de unos volúmenes de producción elevados sin que se produjera un deterioro en la calidad del producto final.

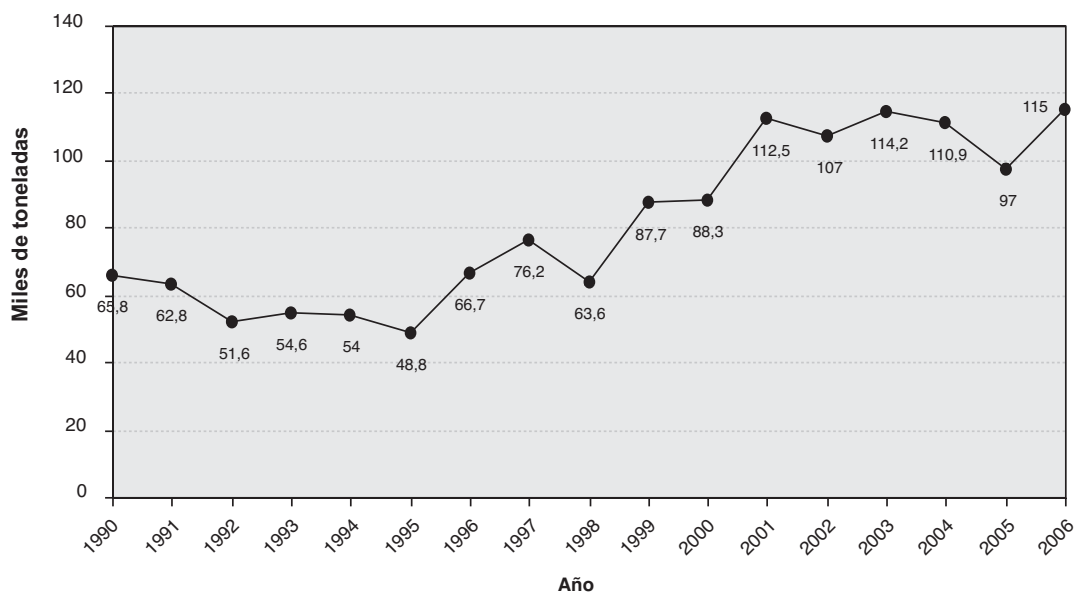
La revolución tecnológica llevada a cabo en el sector durante la década de los noventa con la implantación de los modernos sistemas de extracción por centrifugación, una no menos importante revolu-

GRÁFICO 2
EXPORTACIONES ESPAÑOLAS

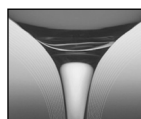


Fuente: Agencia para el aceite de oliva

GRÁFICO 3
EXPORTACIONES ESPAÑOLAS EXTRACOMUNITARIAS



Fuente: Agencia para el aceite de oliva



CASTILLA-LA MANCHA

ción en la gestión de esta producción, que comenzó a orientarse hacia la consecución de un producto de mayor calidad, junto con el importante esfuerzo realizado por empresas e instituciones por conquistar mercados y posicionar la marca aceite de España como referente de calidad, han propiciado un considerable aumento

de las exportaciones. Los aceites de oliva españoles están presentes en la actualidad en más de 120 países aumentando constantemente su cuota de mercado y siendo líderes en muchos de ellos. No obstante, el peso de los graneles en la exportación sigue siendo de gran importancia, como lo demuestra el hecho de que

Italia siga siendo nuestro principal cliente para compensar el déficit que presenta entre su producción y la suma de su consumo interior y exportaciones.

El volumen de las importaciones totales presenta una gran variabilidad motivada por el hecho de que las exportaciones a granel con destino a Italia fluctúan en función de la cosecha total, aumentando en años de gran producción y disminuyendo cuando ésta cae. Si tenemos en cuenta sólo las exportaciones realizadas a países extracomunitarios, podremos hacernos una mejor idea de la evolución que éstas han sufrido en los últimos años (Gráficos 2 y 3).

Los principales destinos para el aceite español son Italia, Portugal y Francia dentro de la UE y Estados Unidos, Australia, Corea del Sur y Japón en el caso de países extracomunitarios. Si tenemos en cuenta tan sólo las exportaciones en envases inferiores a cinco litros, nuestro principal mercado en la UE es Francia seguida de Portugal, mientras que fuera de ella son Estados Unidos y Australia.

4. Castilla-La Mancha

El cultivo del olivo está estrechamente ligado a la historia de Castilla-La Mancha. Numerosas referencias históricas atribuyen las primeras plantaciones a griegos, fenicios y romanos, siendo a finales del siglo XIX y principios del XX cuando se produce la principal expansión de este cultivo en nuestra comunidad.

El principal factor diferenciador de los aceites castellano-manchegos es la variedad «cornicabra», originaria de la zona de los Montes de Toledo y que prácticamente limita su presencia a nuestra comunidad autónoma al haberse adaptado perfectamente a sus condiciones agro-climáticas. Existen sin embargo otras variedades tra-

dicionales como la manzanilla, verdeja o picual, que van apareciendo según nos aproximamos a las zonas limítrofes con otras comunidades; además de las que, aún siendo foráneas, se están implantando en los últimos años como consecuencia de la expansión de las nuevas plantaciones de olivar intensivo y superintensivo.

Los aceites de la variedad cornicabra poseen una altísima estabilidad (resistencia al enranciamiento) y gozan de una gran singularidad organoléptica, destacando un gran equilibrio entre los valores de frutado, amargo y picante que les confiere una gran personalidad. Estas características han hecho que tradicionalmente estos aceites hayan gozado de gran prestigio en el comercio internacional, siendo altamente valorados por los envasadores italianos que tradicionalmente los han utilizado para encabezar sus aceites logrando con ello aumentar su estabilidad potenciando a la vez sus cualidades organolépticas. Una muestra del prestigio de estos aceites es que en el argot aceitero ha venido siendo usada tradicionalmente la expresión «tipo Toledo» para definirlo, lo que demuestra la notoriedad internacional de la que han sido objeto.



4.1. El proceso productivo

La producción de aceite de oliva en Castilla-La Mancha presenta una serie de características diferenciadoras con respecto a otras zonas, de las cuales tal vez sea la más importante el hecho de que los rendimientos del cultivo son relativamente bajos al estar asentado en zonas de suelos pobres y en pendiente. Este hecho, si bien es un factor limitante, permite por otra parte cuidar al máximo el proceso de producción del aceite para lograr una altísima calidad.

Las almazaras de la región se encuen-

CUADRO 4
PRODUCCIÓN DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN EN CASTILLA-LA MANCHA
(En toneladas)

Castilla-La Mancha	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Media 83-05
Albacete.....	3.949	7.946	5.661	8.895	4.683	5.290	6.021
Ciudad Real.....	25.687	36.939	27.150	45.611	28.19/2	20.871	30.692
Cuenca.....	3.162	7.416	5.037	8.999	3.331	3.895	5.307
Guadalajara.....	1.584	1.816	3.193	3.022	1.694	1.169	2.080
Toledo.....	20.548	34.050	31.627	35.546	18.428	29.985	28.364
Castilla-La Mancha.....	54.630	87.867	72.668	102.073	56.328	61.210	72.463
España.....	962.400	1.411.200	836.902	1.499.071	657.300	786.300	1.067.196
Porcentaje Castilla-La Mancha.....	5,68	6,23	8,68	7,04	5,88	7,78	6,79

Nota: Datos 2004 y 2005 provisionales

Fuente: Consejería de Agricultura Castilla-La Mancha

tran a la vanguardia de la tecnología y cuentan con una gran capacidad de molturación que permiten el procesado inmediato del fruto sin necesidad de atrojamiento (almacenamiento previo a la molturación) con lo cual se evitan procesos de degradación del fruto que revertirían en un deterioro de la calidad. Un manejo adecuado de todo el proceso, llevado a cabo bajo las máximas garantías de higiene y salubridad, completa junto a las modernas instalaciones de almacenamiento y envasado el panorama de la producción de aceite de oliva en Castilla-La Mancha.

En volumen de producción ocupan los primeros lugares, dependiendo del año, las provincias de Ciudad Real y Toledo, seguidas por el resto a considerable distancia. Como ya se ha comentado, el volumen total producido supone algo menos del 7 por 100 del nacional (Cuadro 4).

4.2. La estructura empresarial

La principal característica que presenta nuestra comunidad es la reducida dimensión de las empresas, como lo demuestra el hecho de que, representando su producción un 7 por 100 de la nacional, cuenta con el 14 por 100 de las almazaras y envasadoras (Cuadro 5).

CUADRO 5
DIMENSIÓN DE LAS EMPRESAS

Comunidad autónoma	Número de almazaras	Número de envasadoras
Andalucía.....	841	689
Castilla-La Mancha.....	249	218
Cataluña.....	227	210
Com. Valenciana.....	145	129
Extremadura.....	118	115
Aragón.....	108	103
Murcia.....	42	39
Madrid.....	20	24
Castilla y León.....	20	18
Baleares.....	12	16
La Rioja.....	15	16
Navarra.....	3	13
País Vasco.....	4	5
Galicia.....	0	1
España.....	1.814	1.595

Fuente: Consejería de Agricultura de Castilla-La Mancha

Este hecho supone un importante *handicap* para nuestras empresas, ya que su reducida dimensión no permite en muchos casos soportar los gastos que conlleva el establecimiento de una gestión profesional de sus actividades. Son contadas las empresas de la comunidad que cuentan con gestores debidamente cualificados y menor aún el número de aquéllas que poseen un departamento comercial y de exportación, si bien en estos casos en los que se ha apostado por la profesionalización de la gestión los resultados son altamente positivos, y la tendencia general en el sector se dirige hacia una mayor cualificación de sus gestores.



Por otro lado, la atomización del sector tiene como consecuencia la aparición de un elevado número de marcas comerciales en el mercado que impide el desarrollo de una imagen de marca potente y capaz de afrontar los requerimientos de los mercados. En este sentido, la agrupación a la hora de afrontar la comercialización del producto se presenta como una solución eficaz en algunos casos, existiendo iniciativas de este tipo en la comunidad que en un futuro pudieran reportar importantes beneficios al sector.

4.3. La exportación de aceite de oliva en Castilla-La Mancha

Al igual que en el resto de España, el sector del aceite de oliva en Castilla-La Mancha adolece de tradición exportadora. Si bien la alta valoración que de sus aceites ha tenido el mercado italiano se ha visto traducida en importantes volúmenes de exportación, éstas se han llevado a cabo en la práctica totalidad de los casos a granel, y más como consecuencia de la actividad de los compradores foráneos que de una política comercial de las empresas castellano-manchegas dirigida a estos mercados. Sencillamente, «si venían los italianos» se llevaban a cabo estas operaciones, y en los años en que las circunstancias del mercado no hacían interesante para los compradores operar en la zona, el aceite debía esperar en las bodegas la aparición de otros clientes o, en el peor de los casos, una bajada en los precios que hiciera subir la demanda. Afortunadamente para el sector el panorama está cambiando en los últimos años también en este aspecto y, aunque no se ha abandonado la venta y exportación a granel, sí se comienzan a seguir criterios más profesionales a la hora de comercializar bajo esta modalidad.

En los últimos años, se está realizando un importante esfuerzo por parte de empresas e instituciones para potenciar la internacionalización de las empresas del sector. Su participación en ferias internacionales, misiones comerciales, etc. es usual, y ya no es extraño encontrar los aceites de Castilla-La Mancha en los mercados internacionales. Las cifras de aceites envasados que tienen como destino la exportación crecen anualmente, si bien es cierto que todavía no alcanzan los volúmenes que serían de desear y que la importancia del sector en nuestra región haría suponer. La aparición de figuras de calidad como las denominaciones de origen —Castilla-La Mancha cuenta actualmente con tres de estas figuras que amparan zonas de producción de aceite de oliva— supone una útil herramienta comercial a la hora de afrontar mercados exteriores a la vez que puede resultar una valiosa forma de promocionar los aceites bajo una «marca» común vinculada a una idea de alta calidad.

Los principales mercados en la actualidad para el aceite castellano-manchego coinciden prácticamente con los del resto de España aunque guardando ciertas singularidades. En primer lugar aparece Italia con una cifra anual en torno a los cuarenta millones de euros, seguida de Portugal, Francia, Japón, Reino Unido, Países Bajos, Alemania, Estados Unidos y Colombia, todos ellos con unas cifras sensiblemente inferiores pero con mayor proporción de producto envasado.

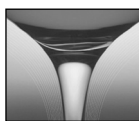
4.4. Perspectivas de futuro

El futuro de las exportaciones castellano-manchegas de aceite de oliva es esperanzador. El aumento de las cifras de aceites envasados con destino al exterior así lo demuestra y viene avalado por diferentes



aspectos que ya se han tratado anteriormente: aumento del número de empresas que orientan su actividad al campo de exportación, mayor profesionalización y cualificación del personal dedicado a ello, valoración creciente del aceite de oliva español en general y del castellano-manchego en particular en el exterior, actividades de promoción a nivel institucional, aumento considerable del consumo a nivel

mundial al ser asociado el producto a una dieta sana y saludable, y un largo etcétera; hacen que las expectativas de crecimiento sean inmejorables. Eso sí, será necesaria una apuesta decidida del sector por su internacionalización para que todas estas expectativas se vean realizadas y el aceite de oliva de nuestra región ocupe el lugar que se merece en los mercados internacionales.



CASTILLA-LA MANCHA