



## ANÁLISIS DE LAS ÚLTIMAS DIEZ CAMPAÑAS DE ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA.

Las grandes variaciones en la producción de aceite de oliva implican que los análisis sobre tendencias en el sector no puedan limitarse a un período de una, dos o incluso cinco campañas.

Por ese motivo en este informe se analizan las últimas diez campañas, en base a los datos aportados por la AICA.

De manera paralela se analizan los datos de comercialización del mismo período, teniendo en cuenta tanto mercado interior como exportaciones.

En la tabla 1 se incorporan las toneladas que se han producido y se han comercializado en cada una de estas campañas, así como la diferencia entre ambos valores.

*Tabla1. Datos de producción y comercialización de aceite de oliva*

	(toneladas)	(toneladas)	(toneladas)
	<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>TOTAL COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>DIFERENCIA</b>
2014/15	842.200	1.321.000	- <b>478.800</b>
2015/16	1.403.300	1.370.700	<b>32.600</b>
2016/17	1.290.300	1.411.900	- <b>121.600</b>
2017/18	1.262.200	1.355.600	- <b>93.400</b>
2018/19	1.793.500	1.554.400	<b>239.100</b>
2019/20	1.125.700	1.633.600	- <b>507.900</b>
2020/21	1.390.000	1.640.500	- <b>250.500</b>
2021/22	1.493.000	1.674.800	- <b>181.800</b>
2022/23	666.000	1.087.600	- <b>421.600</b>
2023/24	854.500	1.153.200	- <b>298.700</b>
<b>MEDIA</b>	<b>1.212.070</b>	<b>1.420.330</b>	- <b>208.260</b>

*Fuente: AICA.*

La producción media en estas diez últimas campañas ha sido de 1.212.070 t., con grandes variaciones entre campañas.



En este mismo período la comercialización total ha ascendido a 1.420.330 t., con una tendencia clara al alza, aunque evidentemente muy dependiente de las disponibilidades.

Aunque las disponibilidades hacen que el dato por campaña sea diferente, de media cada año se han comercializado 208.260 t., más que el aceite producido en España. Solo en dos campañas, el nivel de comercialización no ha sido capaz de compensar el nivel de producción, en las ocho campañas restantes, la situación ha sido al revés.

Esta situación se ha visto compensado con un aumento de las importaciones, como se puede observar en la tabla 2. En los primeros cinco años del período analizado, las importaciones medias fueron de 135.420 t., mientras que en el segundo período de media ascendieron a 218.180 t. Por otro lado, ha ido provocando un descenso paulatino de los stocks iniciales de campaña.

*Tabla 2. Importaciones de aceite de oliva*

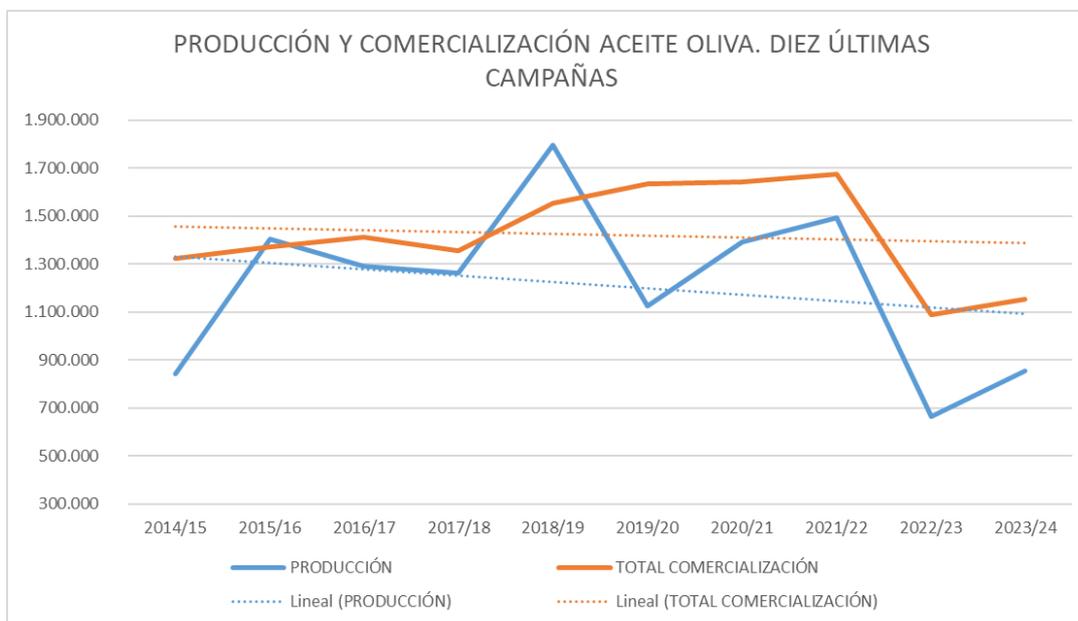
	(toneladas)
	<b>IMPORTACIONES</b>
2014/15	159.100
2015/16	117.700
2016/17	95.300
2017/18	164.000
2018/19	141.000
2019/20	243.600
2020/21	182.900
2021/22	212.800
2022/23	215.200
2023/24	236.400
<b>MEDIA</b>	<b>176.800</b>

*Fuente AICA.*

Tal y como describe el gráfico 1, las líneas de tendencia de la producción y la comercialización muestran diferencias importantes. Mientras que la comercialización sigue una tendencia al alza interrumpida por la falta de disponibilidades excepcionales de las dos últimas campañas, la producción se ve afectada por una inestabilidad muy acusada.



Gráfico 1. Tendencia de producción y comercialización de aceite de oliva



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la AICA

La influencia de España en el mercado mundial del aceite de oliva es innegable. A pesar de los continuos anuncios sobre el incremento de los nuevos sistemas de producción en el resto del mundo, el peso de la producción española se muestra invariable, como se puede observar en la tabla 3.

En la campaña 2014/15, una producción en España de 842.200 t., suponía el 34% del total mundial, y la 2023/24 con una producción similar el porcentaje fue del 35%.

Tabla 3. Producción mundial y española de aceite de oliva

	(toneladas)	(toneladas)	
	MUNDO	ESPAÑA	PORCENTAJE
14/15	2.458.000	842.200	34,26
15/16	3.176.500	1.403.300	44,18
16/17	2.561.000	1.290.300	50,38
17/18	3.379.000	1.262.200	37,35
18/19	3.304.000	1.793.500	54,28
19/20	3.269.000	1.125.700	34,44
20/21	3.020.000	1.390.000	46,03
21/22	3.422.000	1.493.000	43,63
22/23	2.569.000	666.000	25,92
23/24	2.407.000	854.500	35,50

Fuente: COI y AICA



#### **Conclusiones:**

- Hay que prestar especial atención al potencial productivo de España a la vista de la evolución de estos diez años. Los efectos del cambio climático, la baja rentabilidad del cultivo y la elevada edad de los titulares de las explotaciones agrarias, son un escollo importante para mejorar nuestras disponibilidades.
- La mayor parte del olivar en España se engloba en la categoría de olivar tradicional, con pendiente elevada de las parcelas, muy difícil mecanización, y elevados costes de producción, que impiden realizar inversiones adecuadas y limitan los rendimientos.
- La disponibilidad de agua, tanto de lluvia como de riego, ya es una realidad, no hay que esperar al futuro. Este es otro limitante importante para la producción, tanto en olivar tradicional como en sistemas más intensivos.
- Sin embargo, el consumidor tanto español, como de otros países está demostrando su apoyo por el producto. A pesar del desconocimiento en muchos lugares del mundo, los datos nos informan que la comercialización está muy limitada por el nivel de disponibilidades.
- Este hecho se ha visto reforzado en las últimas campañas, donde el aumento de precio no ha llevado a un aumento de los stocks finales. Se ha vendido todo lo que estaba disponible.
- España marca las condiciones del mercado. Si los precios bajan se debe única y exclusivamente por las operaciones que se hacen en España. El volumen de producción de otros países no es suficiente para modificar el “efecto español”.
- En la campaña que acaba de empezar, España va a producir el 40% de la producción mundial. El siguiente país en importancia estará en torno del 7%. Toda la UE producirá menos de la mitad que España.
- Las condiciones actuales del mercado no se pueden explicar por el nivel de comercialización de dos o tres países, que producen menos del 50% de la producción de España.