



Universidad de Jaén

Facultad de Ciencias Sociales
y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

EVOLUCIÓN DEL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA

Alumno: Fátima Guedri Prados

Enero, 2022

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen / Abstract	4
1. Introducción	5
2. El aceite de oliva y sus derivados	7
2.1. <i>Clasificación del aceite de oliva y consumo</i>	7
2.1.1. Tipos de aceite de oliva	9
2.1.2. Diferentes usos del aceite y sus beneficios	10
3. Evolución del sector	12
3.1. <i>Historia del sector</i>	13
3.2. <i>Revolución del sector oleícola: transformación y cambio</i>	15
3.2.1. Técnicas de extracción del aceite	18
3.2.2. El sector del olivar en Andalucía	20
4. Consumo del aceite de oliva	24
4.1. <i>Consumo de los distintos tipos de aceite de oliva per cápita</i>	24
4.2. <i>Canales de distribución del aceite de oliva</i>	25
4.3. <i>Consumo global de los distintos tipos de aceite de oliva</i>	26
4.4. <i>Precios AOVE</i>	27
4.5. <i>Exportación e importación del aceite de oliva</i>	29
5. Conclusiones	33
6. Bibliografía	35

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Consumo tipos de aceite de oliva per cápita (l). Período 2017-2020 _____	24
Gráfico 2: Canales de distribución del aceite de oliva (%). Período 2017-2020 _____	25
Gráfico 3: Consumo de aceite de oliva por tipos (%). Período 2017-2020 _____	26
Gráfico 4: Precios del AOVE por 100kg. Período 2012-2020 _____	28
Gráfico 5: Volumen de exportación de aceite de oliva (t). Período 2017-2021 _____	29
Gráfico 6: Volumen de exportación intra UE y extra UE (t). Período 2017-2021 _____	30
Gráfico 7: Volumen de importación de aceite de oliva (t). Período 2017-2021 _____	31
Gráfico 8: Volumen de importación intra UE y extra UE (t). Período 2017-2021 _____	32

RESUMEN

En este TFG nos centraremos en el aceite de oliva y todo lo relacionado con el sector. Hablaremos sobre la clasificación de los diferentes aceites de oliva, sus beneficios y sus diversos usos, y el cambio dentro del sector a lo largo del tiempo, todo ello enfocado al crecimiento del mismo. En los últimos tiempos, el sector ha tenido un gran avance en todos los ámbitos, creciendo sin precedentes gracias sobre todo a la evolución de las nuevas tecnologías, ya sea en lo referente al ámbito laboral como en su comercialización.

Nos adentraremos en los diferentes períodos desde el comienzo del sector hasta nuestros días, lo que nos permitirá ver y analizar cómo ha ido creciendo con las diferentes transformaciones, además de estudiar el impacto del sector en algunos determinantes económicos como las exportaciones, las importaciones o el precio del aceite.

ABSTRACT

In this TFG we will focus on olive oil and everything related to the sector. We will talk about the classification of the different olive oils, their benefits and their various uses, and the change within the sector over time, all focused on the growth of the sector. In recent times, the sector has had a breakthrough in all areas, growing unprecedentedly thanks mainly to the evolution of new technologies, both in terms of work and marketing.

We will go into the different periods from the beginning of the sector until today, which will allow us to see and analyze how it has been growing with the different transformations, as well as to study the impact of the sector in some economic determinants such as exports, imports or the price of oil .

1. INTRODUCCIÓN

El aceite de oliva es bien conocido por sus beneficios y sus múltiples usos, pasando por lo culinario como alimento esencial de la Dieta Mediterránea, hasta otros usos menos conocidos, pero más modernos como un tratamiento de masaje relajante. Por ello, es un sector que ha ido creciendo sin precedentes a lo largo del tiempo, permitiéndonos descubrir cada vez más sus cualidades y sus diversas utilidades.

Debido a la facilidad para la extracción del jugo, es un producto que comenzó a elaborarse hace miles de años. Llegó a nuestra península gracias a los fenicios, y su cultivo comenzó a extenderse con la llegada del Imperio Romano. Gracias a los procesos de extracción y los estudios de calidad, disponemos actualmente de diversos tipos de aceite, cada uno de ellos con unas propiedades y cualidades diferentes. Poco a poco, las técnicas de recolección, de molienda y todas las demás actividades de la cadena productiva se han ido perfeccionando hasta llegar a disponer de los sistemas tan avanzados y modernos que tenemos hoy día, gracias sobre todo al avance tecnológico. Por ejemplo, la instalación de los sistemas continuos en las almazaras, supusieron un gran avance en el proceso de producción, ya que todo el trabajo se hacía de manera más organizada.

En la cima de la producción de aceite de oliva nacional, se encuentra Andalucía. Es la región olivarera por excelencia, en la que la mayor parte de su población se dedica al sector agrícola. La mecanización de los trabajos ha permitido reducir la laboriosidad que el campo requiere, pero a su vez, la mano de obra va dejando de ser necesaria, pues las máquinas hacen todo el trabajo. Dedicaremos una pequeña parte del trabajo a hablar de Andalucía, debido a esta mencionada importancia dentro del sector.

Las fluctuaciones en los precios de este sector son bastante fuertes, ya que es un sector que depende en gran medida de la orografía, de la climatología y de otros factores incontrolables que hacen que las campañas sean mejores o peores cada año. Así, hay momentos en la última década en los que el aceite de oliva ha tenido un precio que no permitía cubrir costes de producción y, por tanto, un precio que más que dejar beneficios, dejaba pérdidas a los productores.

El consumidor de aceite está cambiando sus preferencias, dirigiéndolas cada vez más hacia la calidad y no hacia la cantidad. Por eso, el consumo del AOVE ha ido creciendo muchísimo en los últimos años, y poco a poco se está convirtiendo en un producto esencial de cada casa.

El trabajo consta además de esta breve introducción de otros cuatro capítulos. El segundo aborda lo que es el aceite de oliva y sus derivados. El siguiente, el tercero, trata de la evolución del sector oleícola en España en dos apartados. El primero es una breve historia del mismo y el segundo analiza por un lado la extracción del aceite de oliva y el sector del olivar en Andalucía por ser esta región la principal productora del mundo. El cuarto capítulo estudia el consumo de aceite de oliva en España ofreciendo datos sobre consumo per-cápita, canales de distribución, el consumo de tipo de aceite, el precio del AOVE, exportaciones e importaciones. El TFG termina con unas breves conclusiones y un listado con la bibliografía consultada en su redacción.

2. EL ACEITE DE OLIVA Y SUS DERIVADOS

Dentro del aceite de oliva encontramos muchas variedades que se estudiarán a continuación. Cada una de ellas posee características diferentes, lo que hace que podamos diferenciar adecuadamente unos aceites de otros.

2.1. CLASIFICACIÓN DEL ACEITE DE OLIVA Y CONSUMO

El aceite de oliva es un aceite cuyo origen es vegetal, extraído de fruto del olivo, las aceitunas. Existen diversos factores incluidos dentro de características físico-químicas, así como organolépticas, que nos permiten distinguir los distintos tipos de aceite:

Dentro de las organolépticas (Escobar, 2018), nos encontramos con el color, el sabor y el aroma:

- En cuanto al color, debemos decir que es una característica que no es relevante para determinar la calidad del aceite (de ahí que en las catas se introduzca el producto en un recipiente azul, para que no influya en las valoraciones), pero sí es muy importante sobre todo para el consumidor, ya que es uno de los primeros atributos que se ven a primera vista y que puede llamar la atención del mismo. Este depende del pigmento natural de las aceitunas y de las formas de extracción del aceite. Generalmente, los aceites con una mayor pureza suelen tener un tono más verde, mientras que los que son refinados tienden a tener un color más amarillento.
- El sabor del aceite puede ir de más suave y con cierto “dulzor”, propio del zumo de las aceitunas que han completado su ciclo de maduración, hasta más amargo o picante, que será aquel de las aceitunas más tempranas o verdes.
- Si hablamos del aroma, hay que saber que hay un abanico muy amplio de aromas: a frutos secos, a hierba, a cáscara de plátano, como principales entre otros. El más característico suele ser un aroma suave y fresco, además de afrutado, lo que da sensación de un aceite procedente de aceitunas frescas y bien cosechadas. Puede ser un afrutado maduro, de aquellas aceitunas que ya están maduras, o un afrutado verde, de aquellas más tempranas. El aroma es algo que depende de la variedad de aceituna utilizada, de su sistema de extracción, y del clima y el terreno de cultivo.

En cuanto a características físico-químicas (Aceite de Oliva, 2021), nos encontramos con tres categorías: la calidad, la pureza y los contaminantes.

- Con respecto a la calidad, la dividiremos en tres: el grado de acidez, el índice de peróxidos, y la absorbancia.
 - El grado de acidez nos indica si en el aceite se encuentran presentes ácidos grasos libres. Este se mide en porcentaje de ácido oleico. Dichos ácidos se liberan cuando las aceitunas han sufrido de alguna enfermedad o plaga y por tanto es extraída con defecto, o también al sufrir daños durante el proceso de recolección o transporte, por lo que acabará dañada. A mayor grado de acidez, mayor deterioro de la aceituna. Por tanto, en las aceitunas completamente sanas, el porcentaje de acidez será del 0 %.
 - El índice de peróxidos mide la cantidad de peróxidos en el aceite, medido en miliequivalentes de oxígeno activo por kilo de grasa. Estos se producen por el maltrato de la aceituna, si el aceite no se guarda en envases apropiados para ello o si no se protege adecuadamente del sol o del calor. Cuando un aceite se vuelve rancio, se eliminan muchos de sus antioxidantes, tan beneficiosos para nuestra salud. Por lo general, cuanto más bajo sea el índice, más fresco será el aceite.
 - La absorbancia consiste en la transmisión de luz ultravioleta a través de una mezcla de aceite y disolvente, para ver su capacidad de absorción. Los dos parámetros que determinarán el resultado de esta prueba de luz serán el K232 y K270, cuya mayor presencia indicarán una mayor oxidación. A más nivel de estos parámetros, peor calidad del aceite.
- En cuanto a la pureza, esta determina si el aceite de oliva tiene otras grasas o aceites que estén alterando la pureza del mismo, es decir, si tiene factores que puedan adulterarlo. Algunos de estos pueden ser la presencia de ceras, el eritrodiol y uvaol (tres factores que miden si está presente el aceite de orujo en el jugo de aceituna), los estigmastadienos para saber si es una mezcla con aceites refinados, o la prueba de composición de ácidos grasos, para ver si hay mezcla con aceite de semillas.
- Por último, tenemos los contaminantes en el aceite de oliva, que están relacionados con la existencia de plaguicidas, por lo que los aceites procedentes de cultivos ecológicos tendrán una calidad mucho mayor.

2.1.1. TIPOS DE ACEITE DE OLIVA

Dentro de la clasificación del aceite de oliva, nos encontramos con varios tipos (Aceite de Las Valdesas, 2021) según los criterios de calidad:

- El aceite de oliva, que se produce con aceitunas de menor calidad porque pueden estar dañadas y tener algún defecto, por ejemplo, durante su recolección o por climas desfavorables durante su cosecha. Esto hace que el grado de acidez sea mayor, y que tengan un olor o sabor deficientes. Por ello, se someten a un proceso de refinamiento para disminuir el grado de acidez y poder ser apropiados para el consumo. Durante el proceso, sus valores nutricionales y propiedades van disminuyendo. Para que se puedan consumir se deben encabezar, es decir, mezclar con aceites de oliva virgen o virgen extra, aunque este porcentaje suele ser muy bajo, ya que la mezcla solo contiene, generalmente, entre un 10 % y un 15 % de AOVE.
- El aceite de oliva virgen extra (AOVE), cuya calidad es mayor que la de los demás aceites derivados, se produce con aceitunas que no hayan sido dañadas ni tengan ningún defecto. En su mayoría, los AOVEs son de primera extracción en frío (el aceite se extrae a menos de 27°), lo que permite mantener prácticamente todas sus propiedades. Para clasificarlo como virgen extra, debe pasar unos rigurosos requisitos, en cuanto a factores físico-químicos, como por ejemplo el grado de acidez, que no debe pasar del 0,8 %. En las valoraciones organolépticas, no se permite que este tipo de aceite tenga ningún defecto.
- El aceite de oliva virgen, muy parecido al AOVE, pero con la diferencia de que es de menor calidad, pues por ejemplo su grado de acidez puede ser mayor que el de la virgen extra, pudiendo llegar hasta un 2 %. En la valoración organoléptica, a diferencia del AOVE, se permite que este aceite tenga ligeros defectos.
- El aceite lampante es el de peor calidad, sirviendo prácticamente de combustible vegetal, producido en su mayoría con aceitunas muy deterioradas, que han sufrido plagas y tienen bastantes daños. Tiene un sabor y un olor desagradables, y su grado de acidez supera el 2°. Por estas características de calidad bastante pésimas, no se permite su comercialización, y para consumirlo hace falta pasar por el proceso de refinamiento.
- El aceite de orujo, elaborado con agua, piel, hueso y restos de aceite derivados del proceso de extracción, tiene un olor y sabor muy fuerte y desagradable. Debe encabezarse para que su sabor sea más suave y se pueda consumir.

2.1.2. DIFERENTES USOS DEL ACEITE Y SUS BENEFICIOS

Cuando pensamos en el aceite de oliva y su principal uso, siempre nos inclinamos hacia el uso culinario. Pero a día de hoy, el aceite de oliva tiene muchos más usos que se han ido descubriendo a lo largo del tiempo, y que hacen que este producto sea tan demandado por todo tipo de consumidores.

Como hemos mencionado, su principal uso es el culinario. Hoy en día es uno de los productos preferidos por los consumidores para cocinar, ya que sus propiedades tan saludables, de las que hablaremos a continuación, lo hacen un producto esencial en cocina. Puede consumirse en crudo, como ingrediente adicional o usarse para freír alimentos, con infinidad de recetas para elaborar. Es cada vez más demandado en restaurantes debido a su sabor tan exclusivo (fundamentalmente el AOVE). Además, se puede utilizar como conservante para quesos, pescados o carnes, ya que frenan la proliferación de microorganismos y bacterias que deterioran los alimentos.

Hablando de sus propiedades saludables (Carretto, 2002), siempre comprobadas científicamente, debemos destacar la prevención de factores de riesgo cardiovascular, como la hipertensión, la diabetes, la obesidad, los factores de riesgo trombogénicos y las enfermedades coronarias. Ayuda a reducir los niveles de colesterol (LDL) y reduce el riesgo de lesiones en las paredes de los vasos sanguíneos. Según diversas investigaciones, protege las células cerebrales, reduciendo el riesgo del padecimiento de Alzheimer. Los últimos estudios demuestran que, además, su ingesta durante la gestación mejora el estado fetal.

El aceite de oliva también es un buen aliado en temas de cosmética e higiene. Se utiliza para la elaboración de jabones, geles, champús y cremas. Tiene propiedades que ayudan a retrasar el envejecimiento y mantener la piel sin arrugas, gracias principalmente al escualeno que contiene. También ayuda a nutrir, hidratar y mantener suave el cabello y la piel. Además, se ha demostrado que, frente a quemaduras, ayuda a acelerar el proceso de curación y regeneración de la piel, además de atenuar cicatrices de heridas, gracias sobre todo a la vitamina E presente en él.

En el área del cuidado personal, el aceite de oliva es cada vez más utilizado. Tanto por placer como por cuestiones de salud, se utiliza en masajes para reducir el estrés, para activar la circulación sanguínea, y para aliviar la inflamación o el dolor de zonas localizadas del cuerpo.

En la antigüedad, el aceite, especialmente el lampante, se utilizaba como combustible vegetal para las lámparas de aceite.

Desde hace tiempo hasta a día de hoy, también se utiliza en todo tipo de aceites aromáticos y esenciales, para darle el olor tan característico del aceite de oliva.

Otro uso menos común pero también conocido, es su uso como lubricante para engrasar engranajes y todo tipo de piezas que sean propensas a obstruirse. También sirve como protector para piezas en procesos de oxidación en ciertos metales.

Como vemos, los usos del aceite de oliva son infinitos y cada vez más amplios.

3. EVOLUCIÓN DEL SECTOR

Para saber de dónde procede el consumo del aceite de oliva, debemos conocer, primeramente, sus raíces. Por tanto, vamos a dar un repaso por la historia de este emblemático producto.

La historia del aceite de oliva se remonta miles de años hasta el Antiguo Egipto (Martínez, 2005). Se utilizaba tanto en la elaboración de platos como ya en cosmética o productos de farmacología, además de tener un uso espiritual y religioso. Aunque la implantación del cultivo del olivar se produjo con éxito, el producto aún era insuficiente para el consumo, seguramente por las condiciones climáticas propias de la zona, no muy apropiadas para el cultivo. Aun así, los egipcios fueron los primeros que comenzaron en el comercio del aceite de oliva. Aunque era muy caro, el aceite era uno de los productos más demandados en Egipto, y por tanto optaban también por la importación de aceite de otras zonas. La mayoría de los cultivos se encontraban cerca de la zona de Alejandría.

A partir del S. IV a.C. fue cuando, en Grecia, el aceite de oliva comenzó a tener mucha importancia, además de comenzar a documentarse su historia. Fue en la isla de Creta donde comenzó el auge del aceite de oliva, siendo este su principal producto de comercio y posiblemente el factor principal de la evolución económica de esta población en aquella época. Como muestra de su importancia, se pueden apreciar en numerosos objetos tradicionales como cerámicas, grabados en los que se hacía referencia al olivo y a las aceitunas, además de ver numerosas referencias también en la mitología griega. Incluso se crearon leyes que favorecían la protección de los olivos. El aceite de oliva no estaba al alcance de todos, ya que solo las clases altas o medias-altas disponían de él, mientras que las clases más bajas no podían apenas consumirlo. Al igual que los egipcios, se le daban diferentes usos como el culinario, la cosmética y el área medicinal. Comenzaron a crearse rutas comerciales hacia Egipto y otras zonas del mediterráneo. Las ruinas de Knosso nos muestran distintos sistemas de extracción, así como recipientes cerámicos de gran tamaño.

Una vez que el aceite llega a Roma, comienza su mayor expansión gracias al avance del Imperio Romano, que comenzó a conquistar terreno y, por tanto, a tener más tierra donde cultivar el preciado olivo. La producción de aceite aumenta en gran medida debido a la molea olearia, un molino romano movido por animales. También se mejoró el transporte del aceite,

transportándolo en cientos de ánforas romanas. La producción de aceite alcanzó su mayor auge en el S.III d. C. Al igual que las anteriores poblaciones mencionadas, los romanos utilizaban el aceite en muchos ámbitos, para ellos el aceite era un alimento esencial de su gastronomía, tanto que gastrónomos famosos como Apicio lo incluían en muchas de sus recetas e incluso Julio César lo incluyó en la annona, que garantizaba el abastecimiento de alimentos básicos a la población romana y al ejército. Consumían tanto aceite de oliva como aceitunas, conservadas y aliñadas de diversas formas.

3.1. HISTORIA DEL SECTOR

El olivo llegó a España con los comerciantes fenicios (1050 a.C. aprox.), y se estima que los primeros cultivos surgieron a partir del 900 a. C., en puertos fenicios y alrededores, y se extendía desde la desembocadura del Tajo hasta la del Segura. Aunque el aceite llegase con los fenicios, hay pruebas históricas que aseguran que la aceituna ya se conocía anteriormente en la península.

Pero cuando verdaderamente creció el cultivo del olivar fue con la llegada de los romanos a la península, cuando se tildaba de extrañas a las poblaciones que utilizaban grasas animales en lugar de aceite. El aceite español se volvió muy consumido, llegando a ser un producto de lujo consumido por las clases romanas más altas de la sociedad. Gracias a su popularidad, el cultivo se fue extendiendo por la zona del Guadalquivir, alcanzando incluso zonas del norte hasta el Ebro (siempre con las limitaciones de tierra y clima).

Pero pronto el cultivo del olivar y por tanto la producción de aceite comenzarían su decadencia, que vendría unida a la también decadencia del Imperio Romano (Mataix, 2007). La invasión de los pueblos germánicos supuso un problema, ya que eran poblaciones más acostumbradas a las grasas animales y, por tanto, no apreciaban demasiado el aceite de oliva, por lo que pasó a ser un producto despreciado por la población del momento. Además, debido a la crisis económica que se estaba atravesando, el aceite se consideraba un producto muy caro, disponible solo para las clases más altas.

Poco después, con la llegada del pueblo árabe, el cultivo del olivo fue recuperándose y se convirtió en un producto esencial que no podía faltar para la población, sobre todo aquella del sur. En el S.XII, Al-Andalus se convirtió en un territorio olivarero con tierras que destacaban por sus buenos aceites, siendo estas Córdoba, Sevilla y Jaén. Durante esa época, se comercializaba con diferentes tipos de aceite, como el de agua, el de almazara o el cocido. (Garrido- González, 2020).

Como hemos dicho, el aceite de oliva se convirtió en un producto esencial. La llegada de los árabes trajo consigo mejoras tanto en el cultivo como en la producción del aceite, así como las técnicas de riego. Por ejemplo, uno de los avances más destacados es la creación de la almazara, donde se produce el aceite, y que todavía están presentes hoy día.

Después de la llegada de los árabes, en la España Cristiana el aceite fue desapareciendo de nuevo y perdiendo importancia, tanto por cuestiones de geografía (ya que, en el norte, donde se encontraban los primeros territorios cristianos, era muy difícil cultivar por la humedad y el clima tan frío) como por cuestiones culturales, pues los cristianos del territorio preferían el consumo de grasas animales para cocinar. Sin embargo, para el pueblo judío sí suponía un producto esencial, ya que para ellos el olivo era un símbolo de felicidad. En el sur de la península el aceite se seguía consumiendo con frecuencia, mientras que en el norte y en las Islas Canarias apenas se consumía.

Cuando inicia la Edad Moderna, el olivar comienza a remontar de forma muy considerable, ya que la población demográfica empieza a crecer, y así se van repoblando de nuevo las zonas olivareras. La exportación también crece, con la retoma de la venta a los mercados y rutas tradicionales, además de a los mercados nuevos que se habían creado en América, ya que, aunque se llevó el cultivo de olivar allí también para continuar con la expansión, posteriormente se paró dicha expansión olivarera, pues los productores de aceite españoles no querían tener demasiada competencia. El aceite sufre un incremento de precio en la primera mitad del S.XVI, por lo que se comienza a cultivar más olivos en Extremadura, Andalucía y Castilla. A comienzos del S.XVII, el olivar se estanca, pero pronto recupera su lugar al ser competencia con el cultivo de cereal, que sufre una fuerte crisis. A final del siglo, se produce de nuevo un descenso del cultivo del olivar, que se mantiene hasta mitad del S.XVIII, donde se expande nuevamente más en tierras andaluzas, debido principalmente a que se producen importantes transformaciones tanto económicas como políticas, pues se eliminan los privilegios señoriales,

se cultivan muchas tierras que fueron desamortizadas y la demanda del aceite crece tanto en interior como en exterior.

3.2. REVOLUCIÓN DEL SECTOR OLEÍCOLA: TRANSFORMACIÓN Y CAMBIO

Nos situamos a finales del S.XIX, en el que se comenzó a exportar masivamente a países europeos para las industrias. Se introduce la molienda de rulos troncocónicos, un nuevo sistema para la molienda de aceituna. Comienza además la rivalidad entre Italia y España dentro del sector. A inicios del S.XX la superficie olivarera suponía unas 1.250.000 ha, mientras que 3 décadas más tarde casi se duplicaba la superficie.

Según el análisis de Langreo (2010), con la postguerra, comienza la etapa de racionamiento, intervencionismo y cierre de los mercados exteriores. En los 50 comenzó a abrirse de nuevo la exportación, y las almazaras tuvieron una notable mejora. En los años 50 y 60 se crearon numerosas cooperativas olivareras, convirtiendo a este sector en uno de los sectores con más cooperativas de todos los del sector agrícola. Así, bajaron significativamente el número de almazaras. La creación de dichas cooperativas mejoró mucho la molienda de la aceituna, ya que las empresas que se dedicaban a otra parte de la cadena de producción y comercialización del aceite, como puede ser el envasado o su exportación, optaron por unirse y apoyar a las cooperativas, haciendo así una cadena de producción muy sólida en la que todos colaboraban juntos. El Plan de Estabilización destinó ayudas al sector, por lo que contribuyó a facilitar el proceso de unión de las industrias y estas cooperativas.

Siguiendo la línea temporal, a partir de la mitad de los años 60, la producción de aceite de girasol contaba con un gran apoyo, mientras que el sector del aceite de oliva decaía sufriendo una crisis producida por el coste que suponía mecanizar los procesos de producción. El apoyo al aceite de girasol incluía numerosas ayudas para las industrias, lo que provocó que muchos empresarios dedicados al proceso de refinamiento se pasasen a formar parte del sector del aceite de girasol, pasando el mismo a convertirse en el producto principal de la industria; muchas empresas líderes del mercado necesitaban financiación y que se invirtiese en el aceite de girasol. Las empresas extranjeras que invertían en aceite no lo hacían precisamente en el sector del

aceite de oliva, ya que se veía como un producto menos importante en ese momento, centrándose sobre todo en el aceite procedente de semillas. En los 70, comenzaron a surgir industrias familiares dedicadas al aceite.

A principios de los 80 ya había iniciativa de concentración del sector del aceite, en el que se encontraban grandes empresas de alimentación españolas que trabajaban tanto con oliva como con girasol. Por su parte, el campo olivarero seguía con problemas de rentabilidad. En esta década se produjeron varios cambios que produjeron transformaciones dentro de la industria alimentaria española: España ingresa en la Comunidad Económica Europea (CEE) y se ponen en funcionamiento las Autonomías. Gracias a la entrada en la CEE, se regulan los precios, el sector inicia su adaptación a la Organización Común de Mercados Agrícolas, y además se reciben ayudas del Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agrícola (FEOGA), lo que ayuda muchísimo a modernizar el sector, sobre todo las almazaras. La incorporación al Mercado Único facilitó el funcionamiento de la Organización Común de Mercados Agrícolas, haciendo que todas las empresas quisieran posicionarse de las primeras para cuando las fronteras comerciales se abriesen. Cuando el país entró en la Comunidad Económica Europea, se encontraba en marcha el Plan de Reestructuración del Olivar, para paliar el deterioro del sector del aceite de oliva, tanto a nivel de producción como de consumo. Hay que señalar que el beneficio de la OCM tardó en llegar al sector, retrasándose hasta comienzos de los 90.

Gracias a los fondos mencionados anteriormente, las almazaras mejoraron mucho, adaptando sus instalaciones a lo que el sector ya demandaba en términos de modernización. Se implantó el sistema continuo, un sistema tecnológicamente mucho más avanzado, homogéneo, coordinado por máquinas que hacían un trabajo continuo y organizado. Se crearon laboratorios, algo muy importante, porque esto permitía estudiar el aceite en profundidad y así mejorar su calidad. También se instalaron sistemas nuevos de envasado, ya que se prohibieron las ventas a granel y se daban ayudas para el consumo. Según las estadísticas, el aceite de oliva (oliva y virgen) ocupaba un 53 % del consumo de todos los aceites.

La década de los 90 también estuvo llena de cambios para la producción. Inició a beneficiarse de la Organización Común de Mercados Agrícolas, lo que supuso una mejora tanto en volumen como en calidad, así como en beneficios económicos derivados de los cultivos. Las superficies de cultivo aumentan y la calidad del aceite se incrementa notablemente, por lo que cada vez tenía más cabida en el mercado el aceite de oliva virgen extra. Comienzan las denominaciones

de origen, se incrementan las exportaciones y a la misma vez, el consumo. En el caso de las importaciones, crecieron también, pero en menor medida. El número de almazaras aumentó, y muchas de ellas incluyeron envasadoras en sus instalaciones. También se produjo la aparición de las cooperativas de segundo grado, que consiste en la unión de dos o más cooperativas. Tanto las empresas de extracción de orujo como las de refinado disminuyeron. Antes de entrar en la Comunidad Económica Europea, debido a los problemas para exportar que existían, no había muchas empresas que tuviesen presencia física en los lugares a donde exportaban, pero después de entrar en la CEE, grandes marcas comenzaban a localizarse en dichos territorios para mejorar la comercialización de su aceite.

Los productos derivados del aceite envasados con una fecha de caducidad amplia eran muy solicitados y vendidos. El aceite de oliva virgen extra comienza a tener mucha importancia, tanto que muchas empresas ya consolidan sus marcas con el AOVE. Las envasadoras de siempre fueron deteriorándose, pues ya tanto cooperativas como almazaras estaban preparadas para suplir este eslabón de la cadena de producción. Además, alguna gran marca comenzó a instalar también las suyas propias, de manera que no tendrían que depender de otras empresas para envasar su aceite y sus productos. El aceite de oliva cada vez se iba especializando más, con una producción diversificada y cada vez más extensa, sobre todo en grandes distribuciones.

En cuanto a empresas industriales, tenían hasta ese momento mucha importancia, algunas de ellas podían permitirse hacer uso de la publicidad. A medida que se empezó a competir más dentro del sector, algunas de ellas fueron desapareciendo, pero dejando su puesto a nuevas empresas industriales.

Se crearon las marcas de distribución, y muchas empresas de refinamiento y envasado del aceite se asentaron dentro del ámbito de la distribución. Dichas marcas no necesitaban invertir en publicidad realmente, ya que su propio establecimiento era su medio de publicidad. Por eso, se pusieron en cabeza frente a las firmas industriales, que para sobrevivir necesitaban de esta publicidad.

Desde mitad de los 80 hasta finales de los 90, gracias a la Organización Común de Mercados Agrícolas, el negocio olivarero consiguió ser mucho más rentable, la productividad crecía más gracias a que se modernizaron mucho los cultivos y a que se implantó el sistema de regadío. Las ayudas procedentes del Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agrícola contribuyeron

al implemento y a la mejora de las almazaras. Las empresas seguían concentrándose, pudiendo así abarcar un mercado cada vez más grande. Las exportaciones crecían a gran escala. Además, las estructuras comerciales en otros países del mediterráneo por parte de empresas españolas se iban consolidando. Se crearon muchas empresas familiares que tenían bastante éxito en el sector. La modernización del sector continuaba sin parar, así como la expansión del AOVE.

3.2.1. TÉCNICAS DE EXTRACCIÓN DEL ACEITE

Las técnicas de recogida, extracción y producción del aceite han ido evolucionando a lo largo del tiempo. Poco a poco, se han ido abandonando las técnicas rudimentarias para establecer sistemas más modernizados que permitiesen aumentar la productividad y rentabilidad de las explotaciones olivareras.

El recolectar la aceituna es un trabajo muy delicado, ya que dependiendo de qué manera se recolecte, el aceite o las aceitunas pueden variar su calidad. Según Mataix (2007), ya en Grecia se solían recoger, en el caso de la aceituna como alimento básico, en el mes de septiembre, mientras que para la producción de oliva solía hacerse dos o tres meses más tarde. Los romanos solían emplear la recolección a mano, es decir, cogiendo las aceitunas directamente desde el olivo, pero es un método muy laborioso en el que se emplea demasiado tiempo, aunque este tipo de recolección permite que se haga de forma más cuidadosa, sin que el fruto acabe dañándose; es un método más delicado para el fruto. Debido a su laboriosidad, el trabajo solían hacerlo entre varios miembros de la familia, pero a veces no era suficiente y había que recurrir a otros trabajadores. En el caso de los griegos, solían recoger a veces la aceituna una vez que esta caía al suelo, pero esto no era lo adecuado, pues mermaba la calidad del aceite cosechado, ya que las aceitunas acababan deterioradas y con daños. El método de recolección más utilizado hasta hoy día es el del vareo, en el que el olivo se golpea con una vara para que la aceituna caiga al suelo, y una vez ahí pueda recogerse y pueda cribarse para llevarlas al siguiente paso. Sin embargo, hoy en día, debido a la gran mecanización que han experimentado las labores del campo, aunque el método de recolección no ha cambiado mucho, se han introducido los mantones de diversos tipos, además de las máquinas vibradoras, que hacen el trabajo del vareo al agitar el olivo para que la aceituna caiga al mantón. Aunque ahorra mucho trabajo, hay que

decir que es un método un poco agresivo, ya que el movimiento es bastante fuerte y el olivo puede sufrir algunos daños tanto externos como internos.

Una de las técnicas más utilizadas para la extracción de aceite de oliva (Centro de Interpretación Olivar y Aceite, 2019) ya en el antiguo Egipto era el pisado de las aceitunas y torsión en saco, una de las técnicas que hasta hace poco se utilizaba también para frutos como la uva. Primero, se colocaba en un recipiente de gran tamaño una pieza textil, normalmente de piel de animal como la cabra, y ahí se introducían las aceitunas, casi siempre ya acabada su maduración. Una vez hecho esto, se pisoteaba el saco entre varias personas y después se estrujaba con fuerza. Así, el aceite caía a otro recipiente preparado para ello. Este proceso se repetía varias veces con agua caliente, para que así se pudiese extraer hasta la última gota de aceite.

Después, tenemos otra técnica, que consistía en aplastar con un rodillo las aceitunas sobre una mesa hecha de piedra. Era muy usado por los griegos, que pasaban un rodillo de piedra por las aceitunas encima de la mesa hecha también de piedra, para que, al aplastarlas, el aceite saliese y se pudiese recoger empapando tejidos en el zumo. Estos tejidos se estrujaban con las manos y de ahí se extraía el aceite anteriormente empapado para verterlo en un recipiente.

Otro de los métodos usados era el de triturar manualmente con un mortero, consistente en triturar la aceituna en un mortero, hasta lograr tener una pasta, que posteriormente se vertía en un recipiente y se le echaba agua caliente. Esta mezcla se estrujaba muchas veces con las manos hasta extraer aceite de oliva. Cuando se dejaba reposar la mezcla, el aceite de oliva subía a la superficie mientras que el agua se quedaba abajo, por lo que el aceite ya podía ser recogido con las manos.

La molea olearia, que ya hemos mencionado anteriormente, era una técnica que fue revolucionaria en su época, sobre todo porque no rompía el hueso del fruto. Se trataba de una piedra con forma de círculo, en la que se introducía la aceituna y un mecanismo de rueda hecho de piedra pasaba por encima del fruto, movido por personas o por animales. El aceite que salía derivado del uso de dicha técnica no era muy bueno, pues muchos trozos de piedra se colaban en el aceite. El trapetum era otra técnica parecida, pero esta era mejor que la anterior, en la que se introducía la aceituna en una roca en forma de mortero, pero a diferencia de la anterior, esta sí podía triturar el hueso.

También se utilizaba la técnica *canalis et solea*, empleada también en el vino. Consistía en verter las aceitunas en un recipiente (*canalis*), las cuales serían pisadas por los hombres que llevaban puestos unos zuecos de madera para hacerlo (*solea*). El aceite que se obtenía se mezclaba con agua caliente, para que se pudiese obtener la mayor cantidad de aceite posible. Este era de muy buena calidad, porque no se llegaba a romper el hueso de las aceitunas.

Para el prensado, comenzaron a utilizarse sistemas de prensado en las ya mencionadas almazaras, para separar las diferentes sustancias líquidas y sólidas del fruto. Existían varias prensas, entre ellas la de palanca, la de viga y cabrestante, o la prensa con tornillo. Esta última era una de las mejores y de las que más se utilizaban, aunque era más delicada y era necesario emplear más fuerza para hacerla funcionar. Otras de las prensas a mencionar son las de cuña y las de viga y quintal, también muy utilizadas. Actualmente, se utilizan sistemas de centrifugado en fases, para decantar tanto la parte líquida y la sólida, dejando listo el aceite para almacenarlo. Antes de envasarlo hay que filtrarlo por si hubiese alguna pequeña impureza.

Para el proceso de decantación, el aceite se depositaba en unos recipientes que mantenían la parte sólida o residuos en el fondo, mientras que el líquido se mantenía separado en la superficie. El aceite era recogido con cucharones y se introducía en jarrones hechos de arcilla.

3.2.2. EL SECTOR DEL OLIVAR EN ANDALUCIA

Andalucía es la región olivarera española (y posiblemente mundial) por excelencia. Por eso, se merece un apartado dentro de nuestro estudio del aceite de oliva.

Solamente con la producción de Andalucía se cubre más de la tercera parte de la producción mundial de aceite de oliva. En Andalucía, el olivo es uno de los símbolos más significativos, no solamente en términos económicos sino también en términos culturales. Durante muchísimo tiempo ha supuesto, y supone, el principal sustento de muchas familias en entornos rurales, ya que muchos pueblos se encuentran rodeados de olivar, lo que permite que la población rural pueda dedicarse a ello. Gran parte de la renta de los andaluces proviene de la actividad olivarera. El olivar también contribuye a crear un patrimonio histórico y paisajístico único en Andalucía.

Pero hay que señalar que no solo es una cuestión de negocio o económica. El olivar también contribuye a cuestiones sociales, culturales, medioambientales y de muchos más ámbitos que hacen del sector uno de los más apreciados dentro de Andalucía.

En Andalucía, el olivar supone más de la mitad de la tierra cultivada, subiendo este porcentaje hasta un 60 % aprox. en territorio español. Ya solamente entre Córdoba y Jaén, se produce sobre un 65 % de la producción de aceite de oliva de todo el país. Más del 50 % de las fábricas dedicadas a la producción de aceite en España se encuentran en el territorio andaluz, la mayoría de ellas ubicadas en las dos provincias mencionadas anteriormente.

Según García Brenes (2005), si nos trasladamos unas décadas atrás, hasta la década de los 50 la cadena de valor del aceite no había experimentado muchos cambios. Básicamente, se recogía la aceituna para llevarla a las almazaras, que lo molturaban antes de llegar a la etapa de venta final. No se le hacían grandes transformaciones, y los centros de consumo solían encontrarse bastante próximos a las almazaras. Estas manejaban la cadena de valor del aceite hasta ese momento.

Las explotaciones de mayor tamaño solían disponer de su propia almazara para molturar su aceituna y para la extracción de su aceite. En cambio, los productores olivareros con explotaciones de menor tamaño solían pagar un precio (maquila) para que se la molturasen. Fue muy importante la existencia de las almazaras, debido a que las aceitunas debían pasar por molturación en el menor tiempo posible, ya que si se dejaban mucho tiempo sin molturar el aceite perdería mucha calidad. Además, los costes de trasladar la producción obtenida eran muy altos. La recogida tradicional también era una cuestión humana más que tecnológica, pues se utilizaba mucha mano de obra y pocas máquinas.

Ya en la década de los 60 y más aún en los 70, este proceso productivo comenzaba a transformarse, con numerosos cambios en la cadena de producción, que debía adecuarse a una demanda cada vez más exigente. El Estado quería proveer a la población con alimentos de bajo coste, pues querían que una parte de la renta se liberase y fuese destinada a comprar nuevos productos industriales. Esto provocó que se comenzasen a comercializar nuevas clases de aceite de oliva y que se instalasen extractoras y refinadoras industriales. En cuanto a las almazaras, el sistema de propiedad de las mismas empezó a cambiar. Los productores agrícolas se empezaron

a unir en cooperativas, y pronto se hicieron con la actividad que las almazaras andaluzas desarrollaban. A comienzos de los 70, ya producían dos tercios del aceite de oliva.

Otro cambio destacable en las almazaras fue la creación del decantador centrifugo-horizontal, un sistema que permitía separar por un lado el aceite, por otro el orujo y por otro el alpechín, que era una sustancia bastante tóxica derivada también de la recogida de la aceituna, lo que permitió que la productividad se incrementase mucho y que las almazaras ahorrasen mucho tiempo en cuestiones de trabajo. Este sistema se clasificó como de “tres fases” por sus triples salidas, ya mencionadas.

A inicios de la década de los 90, el sistema se renovó y se comenzó a implantar el sistema de dos fases, que separaba el aceite del alperujo, que estaba formado por el alpechín y a su vez también el orujo. La adopción de dicho sistema supuso una mejora muy grande en el tema ecológico, ya que con el sistema de tres fases se generaban muchos residuos tanto de alpechín como de orujo, y eran sustancias muy contaminantes y tóxicas. Así, gracias al sistema de dos fases, los residuos que generaban por separado estas dos sustancias, se comprimían en una sola sustancia residual derivada del alperujo, por lo que la cantidad de residuo se redujo notablemente. Era un sistema ampliamente aceptado, tanto que una buena parte de las subvenciones recibidas por las almazaras era destinada a la instalación de este nuevo sistema revolucionario en todos los ámbitos, pues aparte del ámbito ecológico, el aceite de oliva producido también ganaba en calidad.

Aquí hacemos un inciso, pues hace falta aclarar que, en el mercado final, las almazaras no tienen mucha presencia ya que en el aspecto comercial son bastante débiles. La mayoría de los ingresos percibidos por las almazaras provienen del aceite que se vende a granel, que supone casi el 85 % de dichos ingresos. Después tienen otra parte de ingreso derivada de la venta de aceites envasados, así como otra parte que proviene de diversas subvenciones destinadas a máquinas y comercialización. Las almazaras suelen producir aceite lampante que como ya hemos comentado en apartados anteriores no se puede consumir, y debe pasar por un proceso de refinamiento para convertirlo en aceite apto para el consumo, por tanto, este aceite debe pasar por la industria refinadora. También se les dificulta poder comercializar debido a que en el aspecto comercial no están demasiado estructuradas ni preparadas para la venta del aceite virgen extra que producen. Con lo cual podríamos decir que las almazaras simplemente tienen una función de distribución y almacenamiento, que consiste en almacenar la producción y

derivar el aceite a empresas que puedan transformarlo para su venta final, cómo pueden ser las empresas dedicadas al proceso de refinamiento o de envasado. La mayoría de los costes que tienen las almazaras proceden de las materias primas, alcanzando casi un 90 % de todos los costes; otra parte de los costes está cubierta por la maquinaria y otros diversos costes que forman la minoría de los costes totales. Debido también a que la actividad de recolección de la aceituna no dura mucho tiempo (alrededor de unos 3 meses), la almazara no tiene mucha presencia el resto del año en la actividad posterior a la recolección, pues las que más presencia tienen son aquellas que, como hemos dicho anteriormente, convierten el aceite en apto para el consumo, lo preparan para ser comercializado y finalmente lo venden.

A partir de los años 90, el olivar comenzó a modernizarse, teniendo dicha modernización como momento de partida la unión de España a la Comunidad Europea en el 1986. Las superficies de cultivo crecieron, así como la productividad, además de implantarse el regadío en muchas de las plantaciones (Zambrana, 2020). Era habitual sustituir tierra dedicada a otros cultivos por olivar, ya que este ofrecía unas expectativas de futuro muy prometedoras, además de que la Política Agraria Común (PAC) destinaba buena parte de su presupuesto a ayudas para el cultivo del olivo.

Desde entonces, la mecanización y la modernización del cultivo del olivar ha ido creciendo sin límites. Hoy en día sigue siendo la actividad principal de los medios rurales andaluces, aunque la mecanización siempre supone un eterno dilema, pues la excesiva mecanización del trabajo en el campo podría suponer un problema para la población que se dedica a ello, ya que cada vez hace falta menos mano de obra para realizar el trabajo. Es importante decir que todavía se siguen recibiendo subvenciones al cultivo del olivar. El olivo, cada día más, se está convirtiendo en el símbolo principal que caracteriza a Andalucía.

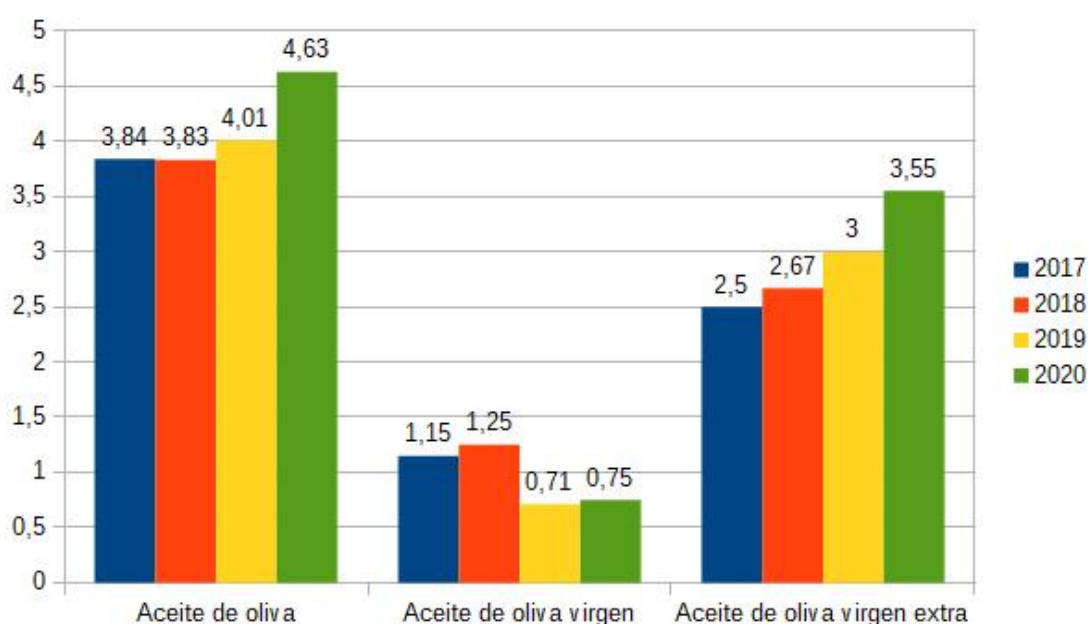
4. CONSUMO DEL ACEITE DE OLIVA

A continuación, realizamos un breve estudio del consumo del aceite de oliva en España según diferentes clasificaciones, que nos ayudará a comprender mejor la distribución del consumo del aceite de oliva en nuestro país.

4.1. CONSUMO DE LOS DISTINTOS TIPOS DE ACEITE DE OLIVA PER CÁPITA

En el Gráfico 1 se puede observar el consumo por tipologías de aceite de oliva per-cápita entre 2017 y 2020. Del mismo podemos concluir que el tipo de aceite que más se sigue consumiendo por cada español es el aceite de oliva, con 4,63 litros por cabeza en el año 2020. A lo largo de los años, el tipo de consumo de este aceite ha ido creciendo. A este crecimiento se suma el aceite de oliva virgen extra, cuyo consumo crece hasta los 3,55 litros por cabeza en 2020. Cabe resaltar que su consumo ha aumentado en 1 litro en tan solo 3 años. No se puede decir lo mismo del aceite de oliva virgen, ya que es el más afectado de los tres, pues su consumo desciende hasta solo 0,75 litros por cabeza.

Gráfico 1: Consumo tipos de aceite de oliva per cápita (l). Período 2017-2020.



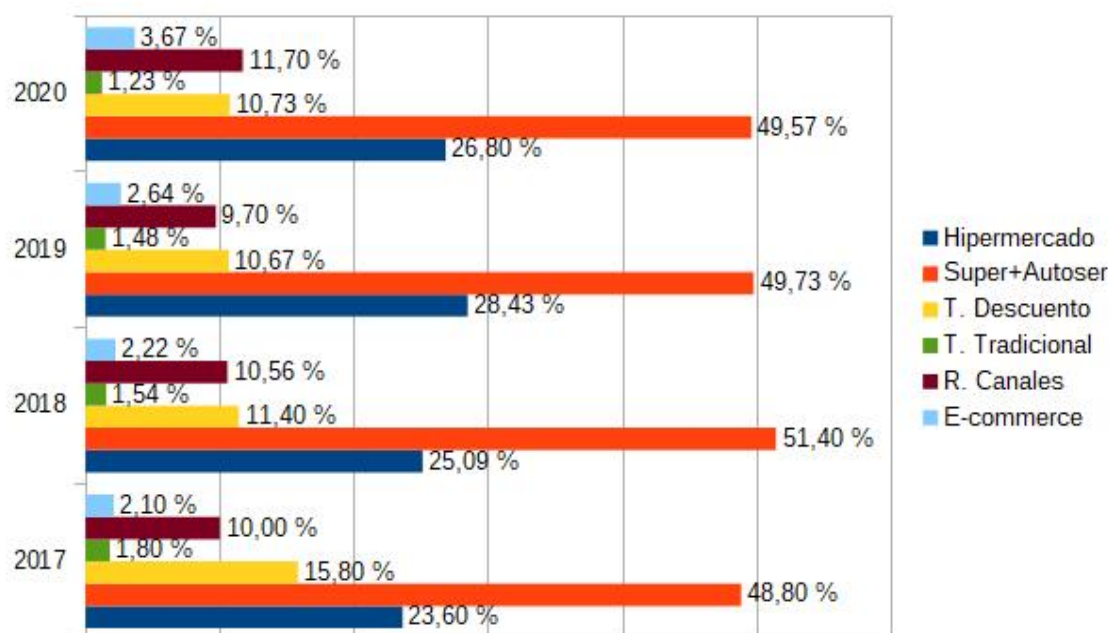
Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

La razón principal de la diferencia entre el consumo de aceite de oliva y el de AOVE reside en el precio del aceite, que en el caso del AOVE sube bastante más que el del aceite de oliva, siendo este el más barato de los tres (acorde a su calidad). El de oliva virgen tiene poco consumo debido a que es el que se encuentra entre los dos anteriores, en una calidad media, y por lo general, el consumidor del aceite de oliva suele irse a los extremos, es decir; prefiere gastar un poco más y comprar un aceite con calidad bastante superior (AOVE), o gastar menos y consumir el de oliva por un precio más bajo.

4.2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN DEL ACEITE DE OLIVA

En este caso, el Gráfico 2 muestra los distintos canales de distribución del aceite de oliva en su conjunto (incluyendo en dicho porcentaje aceite de oliva, aceite de oliva virgen, y AOVE) en porcentaje, del período 2017 a 2020.

Gráfico 2: Canales de distribución del aceite de oliva (%). Período 2017-2020.



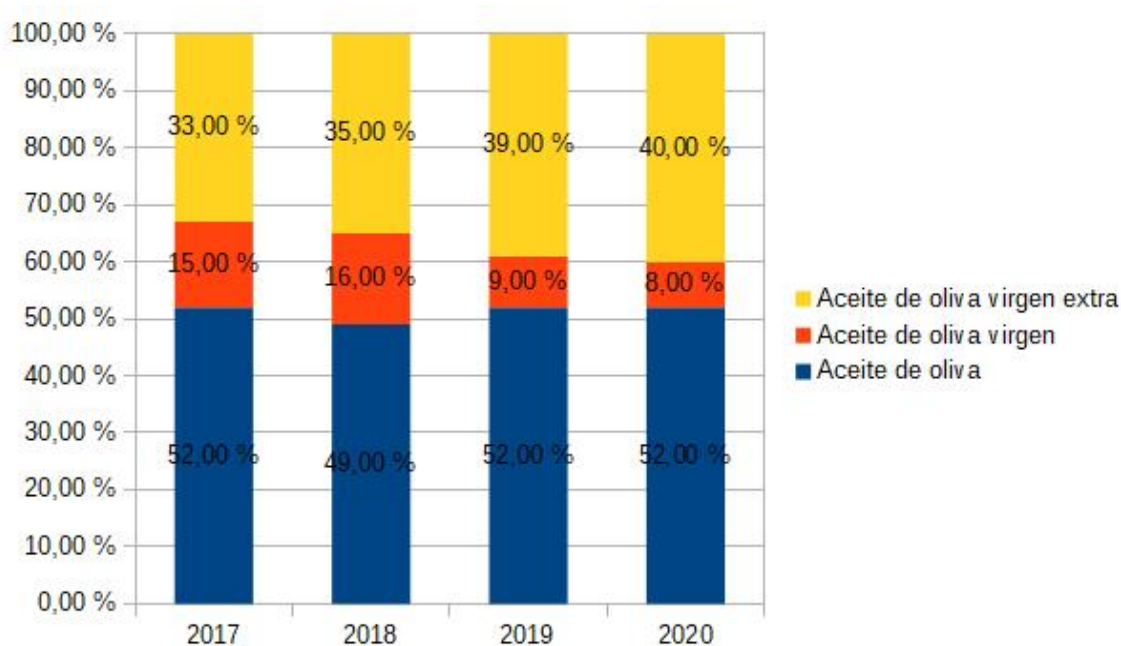
Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

En cuanto a los hipermercados, han ido aumentando bastante su cuota de mercado, llegando a tener un 26,80 % de la misma en 2020. Los supermercados y autoservicios tienen casi la mitad de cuota de mercado, por lo que son los que más aceite de oliva distribuyen. Las tiendas de descuento han disminuido la suya un 5 % aprox., y las tiendas tradicionales también han ido disminuyendo, aunque en menor medida. Estas últimas son las que menos representación tienen dentro del mercado, con un escaso 1,23 % en 2020. El e-commerce ha aumentado su cuota en 1,5 % aprox. durante el periodo estudiado, ya que el comercio electrónico ha sido un auténtico despliegue para todos los sectores en los últimos años gracias al avance de las tecnologías y las redes.

4.3. CONSUMO GLOBAL DE LOS DISTINTOS TIPOS DE ACEITE DE OLIVA

Para comprender mejor cómo han ido evolucionando las preferencias de consumo de aceite de oliva a lo largo de los años, la Gráfica 3 muestra el consumo de los distintos tipos de aceite en porcentajes, del período 2017 a 2020 en España.

Gráfico 3: Consumo de aceite de oliva por tipos (%). Período 2017-2020



Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Vemos que el aceite de oliva sigue siendo a lo largo de los años el aceite predominante en cuanto a consumo se refiere, posiblemente por el precio, ya que como ya habíamos comentado en algunas ocasiones, es el más barato de los tres tipos, y con los años sigue suponiendo más de la mitad del consumo. En cuanto al oliva virgen, es el que menos se consume, no llegando en 2020 ni a una décima parte del consumo. Baja un 7 % en tres años, una pérdida significativa si tenemos en cuenta que es el aceite menos consumido. Con respecto al AOVE, su consumo ha crecido muchísimo en los últimos años, pasando de suponer un 33 % en 2017 a un 40 % en 2020, creciendo por tanto un 7 %. Cada vez se iguala más el porcentaje de AOVE y aceite de oliva, lo que significa que el consumidor apuesta mucho más por la calidad cada año. Gracias a los nuevos beneficios que se van descubriendo del AOVE, los consumidores están cambiando sus preferencias, inclinándose cada vez más hacia el aceite de mayor calidad y más saludable, el virgen extra.

4.4. PRECIOS DEL AOVE

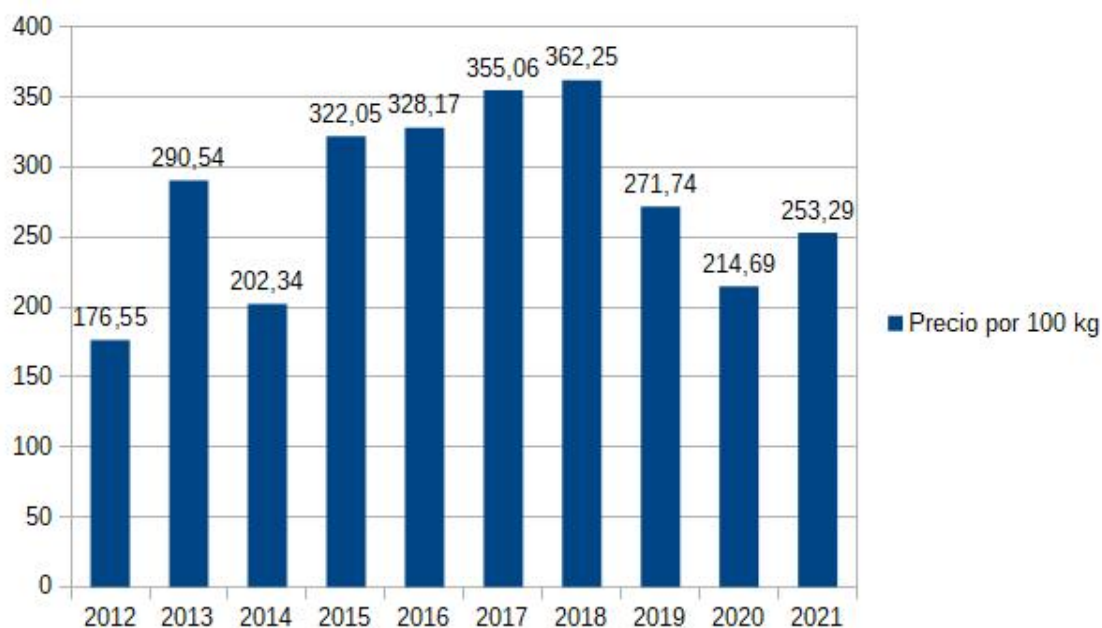
El Gráfico 4 muestra el precio por cada 100 kg del AOVE en España, abarcando esta vez un periodo más amplio de años (2012 a 2020), ya que así se puede apreciar de una manera más clara y concisa la evolución y fluctuaciones de los precios. Nos hemos centrado especialmente en el AOVE en este apartado debido a su auge ya mencionado en los últimos años.

Como podemos ver en el Gráfico 4, a lo largo de los años, el AOVE ha sufrido muchas fluctuaciones en su precio. En 2012 el precio estaba bajo mínimos, y los agricultores no podían mantener los costes derivados de la producción, ya que no llegaban ni a cubrirlos (Precio Aceite de Oliva, 2021). Se puede ver que en 2015 el precio aumenta, debido a que la campaña 2014/2015 fue una campaña donde la producción de aceite descendió mucho, más del 50 % de una campaña habitual. Por tanto, la demanda de virgen extra aumentó mucho y su precio se encareció, llegando a su máximo en agosto de 2015, con un precio de 4,15 euros por kilo de aceite.

En 2017 se encontraba también a un buen precio, a 4 euros el kilo en mayo de ese año. Pero a partir de ese momento, los precios comenzaron a bajar debido a que la cosecha superaba a la

demanda del momento. Así, llegó a 1,97 euros en julio de 2020, de nuevo bajo mínimos, que hacía que los agricultores no pudiesen mantener sus costes de producción.

Gráfico 4: Precios del AOVE por 100kg. Período 2012-2020



Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de la Comisión Europea

En 2021, el AOVE ha subido de precio, llegando a 3,50 euros por kilo. Las previsiones llevan a suponer que el precio se estabilizará, aunque serán determinantes las condiciones climáticas. La campaña 2021/2022 es decisiva, ya que ahí se mostrará con mayor claridad la tendencia del precio, viendo si continúa aumentado y se podrá llegar a precios de 2017, o sin por el contrario la demanda volverá a superar la cosecha, y el precio descenderá.

El coste de la producción de los distintos tipos de AOVE varía bastante, algo que supone un problema para la fijación de precios, por lo que todos los productores y agricultores no obtienen la misma rentabilidad de sus cosechas. Como muestra, el aceite maduro solo necesita de unos 5 kg de aceituna para su elaboración, mientras que el aceite verde, aquel recogido en cosecha temprana, necesita el doble o incluso el triple de aceitunas para su producción. El tipo de cultivo también influye en el rendimiento; los olivares ecológicos producen mucho menos que un olivar normal. Los cultivos de secano también hacen que la producción sea menor frente a los de regadío. Tampoco es lo mismo cultivar en zonas de sierra, donde el clima y las características

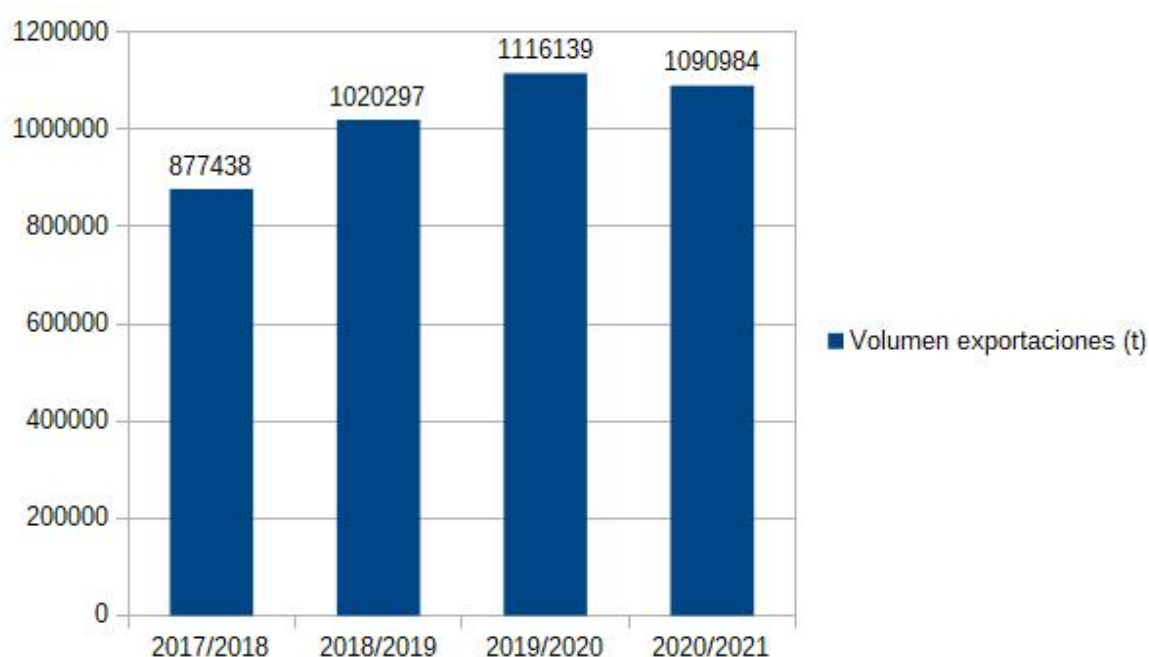
del terreno hacen que la mecanización para recoger la aceituna sea algo difícil de hacer, que en zonas llanas donde la mecanización es totalmente posible, además de que en este tipo de terrenos el cultivo suele ser intensivo de regadío distribuido en una gran extensión. Todos estos factores hacen que los costes la producción de aceite sean más altos o más bajos, por lo que no es tan fácil fijar el precio del aceite.

4.5. EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN DEL ACEITE DE OLIVA

Para comprender mejor cómo ha crecido el sector del aceite de oliva en nuestro país, es necesario estudiar la evolución de las exportaciones e importaciones en los últimos años. Para ello, vamos a analizar los gráficos 5, 6, 7 y 8. Antes de empezar a comentarlas indicar que todos los datos obtenidos se refieren al período que va desde octubre del primer año hasta septiembre del segundo año.

El Gráfico 5 muestra las variaciones de las exportaciones globales de España, como hemos indicado, entre octubre de 2017 y septiembre de 2021.

Gráfico 5: Volumen de exportación de aceite de oliva (t). Período 2017-2021.

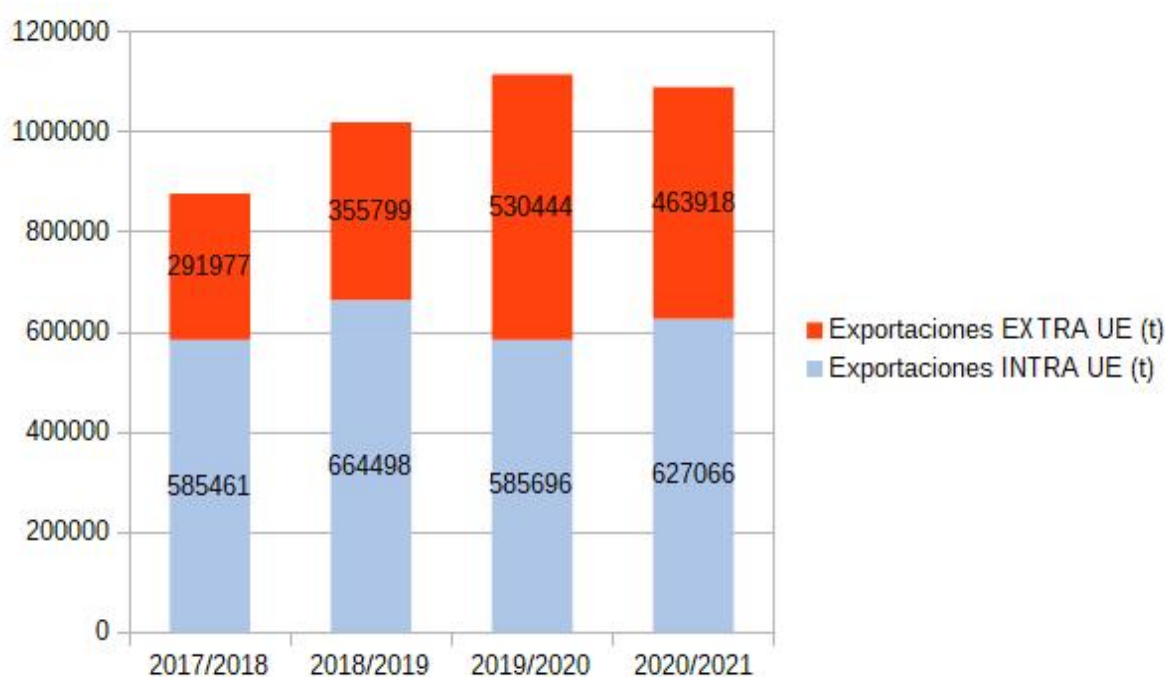


Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del boletín Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Claramente, se ve como las exportaciones van creciendo por periodos, aunque ha habido un leve descenso del penúltimo al último. Hay que señalar que, de la campaña 2020/2021, la mayoría del aceite exportado es virgen y virgen extra, que suman entre los dos el 72 % de las exportaciones. Después, le sigue el aceite de oliva refinado, con un 24 %, y por último el aceite de oliva lampante, siendo este un 4 %.

En el Gráfico 6 tenemos desglosadas las exportaciones de España según si el destino era intracomunitarios o extracomunitario en el periodo estudiado.

Gráfico 6: Volumen de exportación intra UE y extra UE (t). Período 2017-2021.

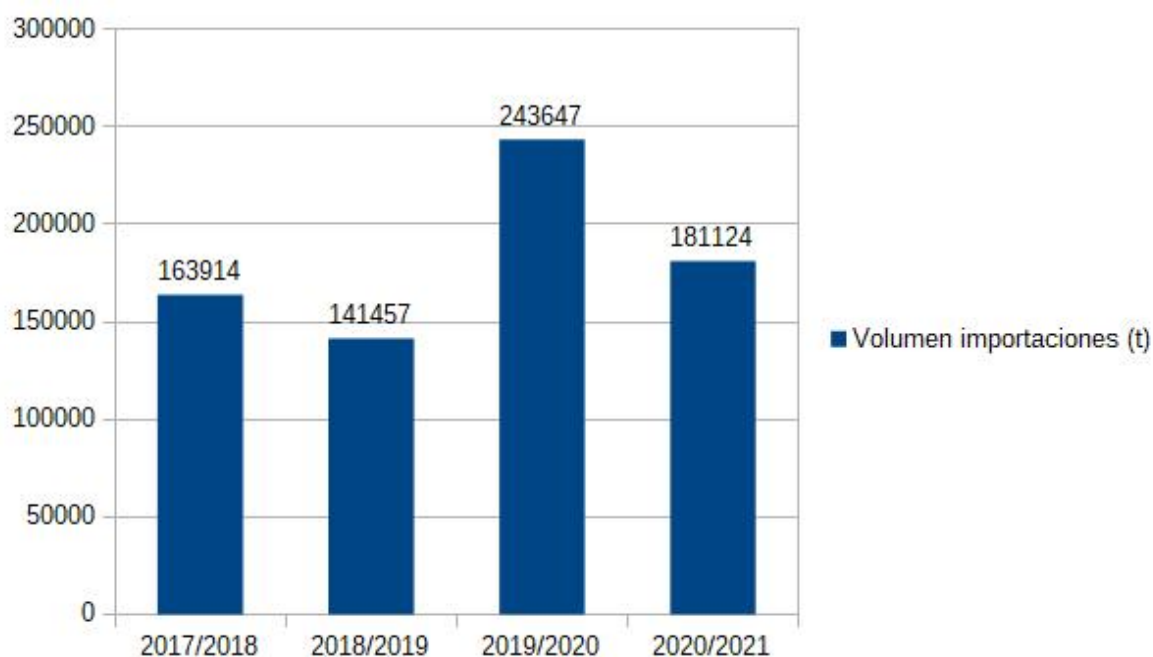


Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del boletín Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Las exportaciones crecen bastante en cada periodo. Se puede ver que la mayor parte de las exportaciones se dirigen a la UE, que en el periodo 2020/2021 suponen el 57 % del total de las exportaciones. Los países, tanto de la UE como del exterior, a los que más se ha exportado en esta última campaña son Italia, EEUU, Portugal, Francia y Japón. Todas ellas han experimentado un aumento en el volumen de exportación con respecto a la campaña anterior de 2019/2020, menos Japón, que ha reducido un 15,6 % su volumen.

El Gráfico 7 muestra la evolución de las importaciones globales de aceite a España entre 2017 y 2021.

Gráfico 7: Volumen de importación de aceite de oliva (t). Período 2017-2021.

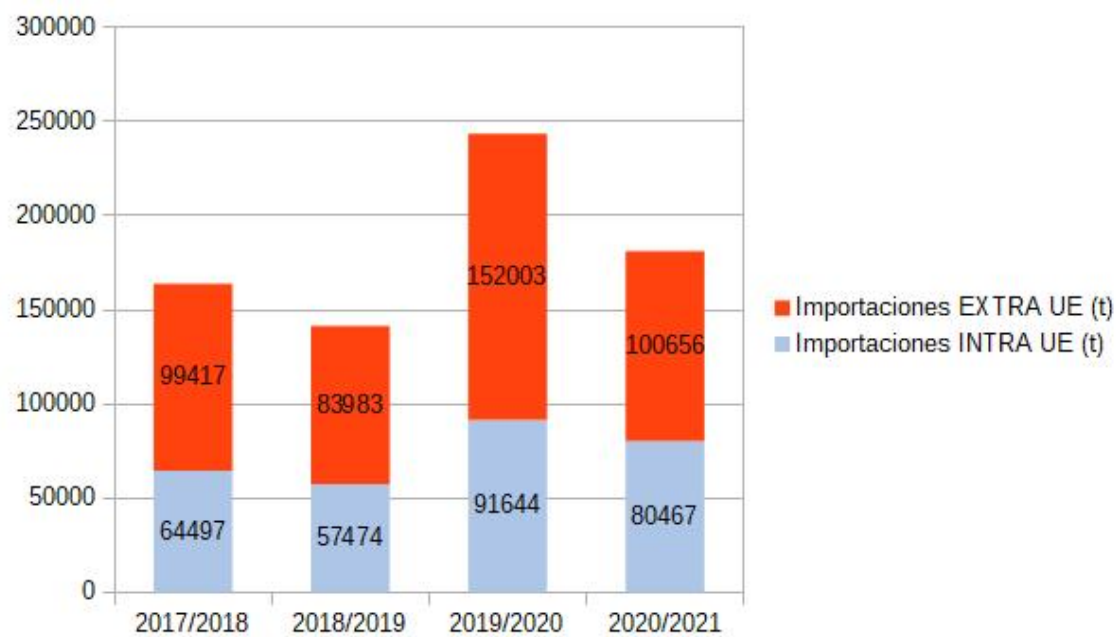


Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del boletín Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2021).

Como podemos ver, las importaciones han bajado mucho en el último periodo, teniendo una diferencia de más de 60.000 toneladas con el periodo 2019/2020. De los datos del último periodo, un 64 % de las importaciones pertenece a la suma de virgen y de virgen extra, un 31 % al aceite de oliva lampante, y solo un 5 % al aceite de oliva refinado.

El Gráfico 8 muestra el volumen de importaciones españolas de aceite que provienen de la UE y del resto del mundo. Según podemos observar, las importaciones sufren fluctuaciones fuertes de un periodo a otro. La mayoría de las importaciones provienen del exterior de la UE, suponiendo las mismas un 56 % del total. Los países de los que más importaciones recibimos son Portugal y Túnez, aunque se ha producido un descenso del 15 % y del 36 % respectivamente en el último año, con respecto a las importaciones del periodo 2019/2020.

Gráfico 8: Volumen de importación intra UE y extra UE (t). Período 2017-2021.



Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos del boletín Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

5. CONCLUSIONES

El aceite de oliva es un producto que ha supuesto un gran descubrimiento para el consumidor, pues, aunque ya existía desde hace miles de años, no se conocían tan bien sus propiedades y beneficios como se conocen hoy en día.

Podemos decir que el aceite de oliva es uno de los productos más saludables del mercado actual, sobre todo el AOVE, cuya calidad es superior a cualquier otro tipo de aceite de oliva. Los beneficios que se han ido conociendo en los últimos años derivados del aceite de oliva son muy diversos, y van desde la mejora y prevención de enfermedades cardiovasculares, hasta la hidratación de la piel y el cabello. Por tanto, podemos decir que es un producto cuyo beneficio se extiende más allá de lo que se podía imaginar. Sus usos también son muy diversos como ya hemos visto, sin limitarse exclusivamente al ámbito gastronómico; por eso se considera un producto muy interesante con el que constantemente se experimenta para exprimir su consumo al máximo.

La historia del aceite de oliva se remonta siglos atrás, cuando antiguas poblaciones romanas griegas y egipcias comenzaban con su cultivo en tierras mediterráneas. En España, el sector olivarero atravesó numerosos cambios a lo largo del tiempo, por lo que podemos decir que no ha sido un camino fácil el de adaptar el sector a las necesidades que el mercado ha ido requiriendo en cada momento. En el último siglo se han ido produciendo los cambios más significativos, sobre todo gracias al avance de la tecnología, que ha hecho que el sector se haya modernizado sin límites. Poco a poco se ha ido sustituyendo la mano de obra humana por maquinaria capaz de hacer el mismo trabajo con mayor productividad, lo que en un futuro podría suponer un problema, ya que la renta de la población de muchos medios rurales depende del trabajo del olivar.

Andalucía es la región olivarera por excelencia en España y en el mundo. Su territorio lleno de olivos ha permitido crear un patrimonio tanto histórico como cultural, con un valor que sitúa a la comunidad andaluza en primer lugar en cuanto a turismo oleícola se refiere.

En cuanto al consumo de aceite, se concluye que el perfil del consumidor ha ido cambiando a lo largo de los años; antes se miraba más el precio, pero actualmente se apuesta más por el

aceite de mayor calidad, es decir, el AOVE, gracias a los beneficios que se van descubriendo sobre él cada día. Por tanto, la calidad se convierte en el factor principal a la hora de elegir el aceite que consumimos. El perfil del consumidor del aceite de oliva se ha ido transformando; antes, era un consumidor que no le importaba demasiado la calidad del aceite, sino la cantidad por buen precio. Sin embargo, el consumidor actual es una persona, generalmente deportista, que se preocupa por tener hábitos lo más saludables posibles, y aquí entra en juego el AOVE. Por eso, el consumo de AOVE ha ido aumentando con el paso del tiempo. Otras de las razones por las que se consume más AOVE es el precio, ya que es un mercado que está en constante oscilación de precios, y actualmente la diferencia entre los precios de los distintos aceites no es demasiado significativa, por lo que el consumidor puede permitirse tener ese extra de calidad que aporta el AOVE pagando un poco más que si comprase otros de calidad inferior.

En cuanto a las gráficas de consumo, podemos concluir que es un sector que está en pleno apogeo en términos de crecimiento, pues el consumo va aumentando cada año, y como hemos señalado en el párrafo anterior, el consumo de AOVE crece rápidamente. Las exportaciones avanzan a un buen ritmo cada año, mientras que las importaciones van oscilando. El problema de los precios sigue siendo un tema no resuelto, ya que el sector está sumido en una constante lucha para que los precios sean justos y se pueda obtener rentabilidad de las cosechas.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Aceite de Las Valdesas. (s.f.). *¿Para qué sirve el aceite de oliva?*, en <https://www.aceitedelasvaldesas.com/faq/varios/para-que-sirve-el-aceite-de-oliva/> Consultado el 15 de noviembre de 2021
- Aceite de Las Valdesas. (s.f.). *Tipos de Aceite de Oliva*, en <https://www.aceitedelasvaldesas.com/faq/origen-elaboracion-clasificacion-aceite-oliva/tipos-de-aceite-de-oliva/> Consultado el 12 de noviembre de 2021
- Aceite de Oliva. (s.f.). *Calidad del aceite de oliva, clasificación de los aceites*, en <https://www.aceitedeoliva.com/calidad-del-aceite-de-oliva/> Consultado el 15 de noviembre de 2021
- Aceites de Oliva de España. (2016). *El aceite de oliva en la historia de la humanidad (II)*, en <https://www.aceitesdeolivadeespana.com/diario-del-aceite/el-aceite-de-oliva-en-la-historia-de-la-humanidad-ii/> Consultado el 25 de noviembre de 2021
- Botas, S. (2017). *Aromas y sabores del aceite de oliva virgen*, en <https://www.olivaoliva.com/es/blog/aromas-y-sabores-del-aceite-de-oliva-virgen-b99.html> Consultado el 15 de noviembre de 2021
- Carretto, V., Cuerdo, P., Dirienzo, G. & di Vito, V. (2002). Aceite de oliva: Beneficios en la salud, *Invenio*, 8, pp. 145-148
- Centro de Interpretación Olivar y Aceite. (2019). *Métodos antiguos de extracción de aceite de oliva*, en <http://centrodeolivaryaceite.com/metodos-antiguos-de-extraccion-de-aceite-de-oliva/> Consultado el 20 de noviembre de 2021
- Directo del Olivar. (2021). *El precio del aceite de oliva, ¿por qué sube o baja?*, en <https://www.directodelolivar.com/precio-aceite-de-oliva/> Consultado el 20 de diciembre de 2021
- Escobar S. (2018). *Calidad del aceite de oliva: Un aspecto a considerar durante la compra*, en <https://www.antojodelsur.com/calidad-del-aceite-de-oliva-aspecto-compra/> Consultado el 12 de diciembre de 2021
- Esencia de Olivo. (s.f.). *Calidades del aceite de oliva*, en <http://www.esenciadeolivo.es/aceite-de-oliva/tipos-de-aceite-de-oliva/calidad-del-aceite-de-oliva/> Consultado el 8 de noviembre de 2021

- Gaforio, J.J., Visioli, F., Alarcón-de-la-Lastra, C., Castañer, O., Delgado-Rodríguez, M., Fitó, M., Hernández, A.F., Huertas, J.R., Martínez-González, M.A., Menéndez, J.A., Osada, Jdl., Papadaki, A., Parrón, T., Pereira, J.E., Rosillo, M.A., Sánchez-Quesada, C., Schwingshackl, L., Toledo, E. & Tsatsakis, A.M. (2019). Virgin Olive Oil and Health: Summary of the III International Conference on Virgin Olive Oil and Health Consensus Report, JAEN (Spain) 2018, *Nutrients*, 11(9), 2039. <https://www.mdpi.com/2072-6643/11/9/2039>
- García Brenes, D. (2005). La rentabilidad económica de la industria agroalimentaria en el mercado del aceite de oliva. El caso de Andalucía, *Agroalimentaria*, 10(21), pp. 2-12
- Garrido-González, L. (2020). Al-Andalus y los años modernos: olivos y aceites, *Andalucía en la Historia*, (69), pp. 12-17.
- La Moltura. (2017). *El análisis en el aceite de oliva: Clave en la calidad de un AOVE* en <https://www.lamoltura.es/analisis-quimico-del-aceite-oliva-clave-la-calidad-aove/>
Consultado el 15 de noviembre de 2021
- Langreo Navarro, A. (2010). La estrategia empresarial en el sector del aceite de oliva y su evolución desde la transición política, *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época.*, (1), pp. 9-29
- Martínez Álvarez J.R. & Villarino Marín, A. (2005). El aceite de oliva en España: una breve historia, en. El aceite de oliva y la dieta mediterránea. Nutrición y salud. Consejería de Salud y Consumo. Alcobendas, Madrid. Vol. 7, pp. 7-20
- Mataix Verdú, J. & Barbancho Cisneros, F. J. (2007). El aceite de oliva en la alimentación mediterránea, en *I Congreso de la Cultura del Olivo*, Jaén, pp. 707–737.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (s.f.). *Boletín de Comercio Exterior*, en: <https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/aceite-oliva-y-aceituna-mesa/boletin-comercio-exterior.aspx> Consultado el 15 de diciembre de 2021
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (s.f.). *Información de consumo de aceite*, en <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/observatorio-cadena/consumo-aceite.aspx> Consultado el 16 de diciembre de 2021
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (s.f.). *Resumen anual de la alimentación*, en <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/panel-de-consumo-alimentario/resumen-anual-de-la-alimentacion/> Consultado el 3 de enero de 2022

- Molí de la Vall Major. (s.f.). *El análisis en boca, sabor, flavor, cuerpo y retrogusto del aceite de oliva* en <https://www.molidelavallmajor.es/es/aceite-de-oliva-virgen-extra/la-cata/el-analisis-en-boca> Consultado el 20 de noviembre de 2021
- Precio Aceite de Oliva. (s.f.). *Evolución del Precio del Aceite de Oliva*, en <https://precioaceitedeoliva.net/evolucion/> Consultado el 16 de diciembre de 2021
- Torres Ruiz, F.J., Vega Zamora, M., & Gutiérrez Salcedo, M. (2012). Análisis de la confusión sobre los aceites de oliva y su efecto en el mercado, *Distribución y consumo*, (122), pp. 1-8.
- Zambrana Pineda J.F. & Infante Amate J. (2020). La gran expansión, *Andalucía en la Historia*, (69), pp. 18-25.