

Capítulo 12. El contexto de la olivicultura, la producción y el consumo de aceite de oliva en el mundo. Principales productores y consumidores, con especial referencia a los países de la Unión Europea

12.1. Introducción antropológica: Historia y mitología

El origen del olivo no se conoce con certeza y frecuentemente se atribuye a Siria o Líbano (Asia Menor Meridional). En esta zona, el origen de los olivos cultivados dataría de la época neolítica (de 10.000 a 30.000 años antes de la Era Cristiana). Unos autores indican que el cultivo del olivo empezó a desarrollarse en el tercer milenio antes de Cristo en Siria e Irán, mientras que otros consideran su inicio en las colonias fenicias de Palestina y Líbano (March y Ríos, 1989).

Parecer ser que los babilonios y los asirios desconocían el olivo y tampoco hay evidencias de su existencia en la India. En cambio, se conoce de su cultivo en el tercer milenio antes de Cristo en Fenicia, Siria, Palestina, Armenia o Creta (Ciurana y Torrado, 1981), siendo las tablas micénicas de la corte del Rey Minos los documentos más antiguos donde se hace referencia al olivo (Arambarri, 1992). Incluso la famosa estela de Hammurabi incluye prescripciones para el comercio del aceite y trata el problema del fraude. Es posible que el olivo se extendiera hacia Grecia en el Siglo VII antes de Cristo y llegara a Roma en el Siglo V antes de Cristo (Capel, 1992).

Tampoco hay acuerdo sobre el origen etimológico del olivo y el aceite. Del vocablo indoeuropeo *Ulu* surgen *elaiwa* en Creta y *Elaia* en Grecia (en castellano se conserva el término *elayotécnia* referida al cultivo del olivo), que se convierte en la palabra latina *oleum* del que vendrían los vocablos castellanos *olivo* y *olivar*, el catalán *oli*, el francés *huile* o el inglés *oil*. Del hebreo *Zait* surge el árabe *Zaitum* (del que surge el castellano *aceituna*) del que deriva *az-zait*, el jugo de la oliva, es decir, el *aceite* (March y Ríos, 1989)

En los tiempos de Homero, Grecia no tiene todavía aceite pero se cubre de olivos. Se come su fruto y se aprovecha la madera para hacer muebles y herramientas. Se considera a Aristeo, hijo de Apolo, como el inventor del sistema de extracción de aceite e introductor del cultivo del olivo (Arambarri, 1992). Mitológicamente, se cuenta la fundación de Atenas como la disputa entre Neptuno, que creó el caballo y Minerva-Atenea, que creó el olivo, siendo éste el regalo escogido por Zeus para la recién creada ciudad. Esta narración mitológica es prueba de la gran utilidad -superior a la que supone el caballo- que para los antiguos griegos tenía el olivo, sus aceitunas y su aceite (Ciurana y Torrado, 1981). La mitología pone en boca de Atenea la grandeza del aceite en cuanto a alimento, bálsamo e iluminación. Prueba de este mito es su representación ornamental en distintos vasos.

Los griegos veían en el olivo el símbolo de la inmortalidad por eso enterraban sus muertos al pie de un olivo y coronaban con sus hojas a los vencedores en las Olimpiadas. Homero y Sófocles le cantaron hace 25 siglos.

Los egipcios, que empleaban el aceite 2.000 años antes de Cristo, según se deduce de los documentos hallados, atribuían a Isis, la esposa de Osiris, haber enseñado a los hombres a cultivar el olivo. Igualmente, confeccionaban con ramas de olivo la corona de la justicia de Tuthankamon (Capel, 1992).

El olivo también formaba parte de las creencias mágicas de los fenicios gaditanos (Capel, 1992).

En la Roma imperial, Hércules fue el encargado, mitológicamente, de extender el olivo por el Mediterráneo. Y sabemos que en la realidad, de los confines del mediterráneo -aunque especialmente de Hispania-, llegaban las ánforas de aceite a Roma, según los restos arqueológicos de 40 millones de ánforas -principalmente procedentes de la *Baetica* y la *Tarraconensis*- hallados en el monte Testaccio (35 m de altura), junto al puerto romano, por Heinrich Dressell en 1878 (Capel, 1992). El olivo llega a Marsella hacia el año 600 a.C. y se extiende por toda la Galia.

Tras la dominación romana, los molinos siguieron funcionando y los cronistas árabes relatan como se exportaba el aceite andaluz por tierra por mar hacia África y Oriente (Arambarri, 1992).

La civilización Hebrea también conocía bien el aceite y le daba carácter casi sagrado: una paloma con una rama de olivo señala el fin del Diluvio Universal en el monte Ararat y simboliza la nueva alianza entre Dios y Noé (aún hoy es el símbolo de la Paz); Dios enseñó a Moisés a preparar una unción santa con aceite; Jesús oró en el Monte de los Olivos (aún hoy se conserva dada la longevidad de los olivos), en el huerto de Getsemaní (que significa prensa para olivas). Más de 200 veces aparece el término aceite en las páginas del libro sagrado (Capel, 1992).

De este modo, se puede concluir que la historia del olivos se confunde con la historia de la agricultura en torno a la cuenca mediterránea (Bolens, 1996). El olivo y el aceite son una de las pocas características al conjunto del mundo mediterráneo: europeo, asiático o africano y a sus tres grandes religiones: cristiana, musulmana (Sura XXIV del Corán) y judía (se habla del aceite o del olivo en los libros del Deuteronomio, Éxodo, los Jueces, los Salmos de Salomón, y en los Evangelios cristianos. Igualmente, la ley prohíbe cortar los olivos en producción ni aún siendo del enemigo).

*Los hombres pasan, pero el aceite de oliva
permanece*

Ilustración 36. Manuel Vicent

En el nombre del aceite perviven las culturas del Mediterráneo: El catalán *oli* proviene del latín *oleum* que deriva del griego *elaion* (y del semítico *ulu*). En castellano, estos orígenes perviven en vocablos como *elayotecnia*, *oleícola*, *oleicultor*, *oleaginoso*... Por otro lado, la palabra hebrea *zait*, pasó al árabe como *zaitum* que ha llegado en forma de *Az-zait* al castellano *aceite*. (March y Ríos, 1989).

Sin embargo, este patrimonio mediterráneo también se extiende a países de todos los continentes: con la colonización española el olivo llegó a América de la mano de misioneros y emigrantes. En el S. XVI se empezó a cultivar en México, Perú, Chile y Argentina. En el S. XVIII en California, con las primeras misiones del franciscano Junípero Serra, Carolina del Sur, Florida (por una colonia de griegos), Jamaica, Bermudas y Australia. Hoy en día el olivo está presente en lugares como Japón, Sudáfrica, Brasil o Uruguay.

El olivo y su aceite han cautivado la sensibilidad humana, quedado inmortalizados en las distintas manifestaciones del arte: la jarcha de las tres morillas, los aceituneros altivos de Machado, la Oda al aceite de Neruda o los olivos provenzales de Vahn Gogh (quien también pintó los girasoles) o los de Renoir. En Cataluña, las virtudes del olivo han sido alabadas por Teixidor, Pla, Carner, Espriu o Eugeni d'Ors quien decía que existían dos culturas: la del aceite de oliva, que había alimentado el pensamiento clásico de los pueblos del mediterráneo y la de la grasa animal.

12.2. Extensión geográfica y producción

El área geográfica del olivo se extiende entre las latitudes 18° a 45° del hemisferio Norte. También se produce en las regiones de clima mediterráneo de Australia, Sudáfrica, América del Sur y Estados Unidos (Tabla 12.I.)

País	Nº olivos (miles)	Superficie (Ha)	País	Nº olivos (miles)	Superficie (Ha)
Argelia	16.430	162.800	Israel	1.520	12.600
Angola	40	400	Jordania	2.670	16.360
Libia	4.000	100.000	Líbano	6.000	32.000
Marruecos	33.000	330.000	Siria	36.000	327.037
Egipto	1.650	10.500	Turquía	83.000	820.000
Túnez	55.227	1.400.000	Irán	750	10.000
Sudáfrica	300	2.500	Irak	750	10.000
Argentina	5.000	50.000	Australia	208	2.000
Brasil	84	840	Albania	5.500	39.300
Chile	275	3.070	España	167.000	2.087.000
USA	1.750	14.500	Francia	5.000	44.600
México	480	6.000	Grecia	120.000	758.100
Perú	560	5.603	Italia (especializado)	125.000	1.176.556
Uruguay	316	891	Malta	23	200
Afganistán	1.000	-	Portugal	49.496	114.000
China	20.000	128.000	Yugoslavia	4.104	29.960
Chipre	1.290	6.880	Mediterráneo (subtotal)	714.240	8.451.533
Total mundial				748.423	8.701.697

Tabla 12.I. Distribución del olivar por países con indicación del número de árboles (en miles) y la superficie cultivada.

Fuente: Consejo Oleícola Internacional (1995).

A principios de la década de los 90, la superficie mundial del olivar, según datos del Consejo Oleícola Internacional (Sabaté y Colom, 1994) rondaba los 8,8 millones de hectáreas, con más de 700 millones de árboles (Humanes y Civantos, 1992), proporcionando 8,7 millones de toneladas de aceitunas que se dedican en más de un 90% a la obtención de aceite. Datos más recientes indican que, en la actualidad, se cultivan en el mundo más de 800 millones de olivos que ocupan casi 10 millones de hectáreas.

En general, el olivo se cultiva solo pero a veces se asocia a cereales, viña, girasol, etc. para compensar las variaciones de ingresos causadas por la vecería de este cultivo. Un 90% de las plantaciones se hallan en las riberas del mediterráneo (Lapatás, 1988) donde se le suelen destinar terrenos marginales, poco fértiles o con fuertes pendientes lo cual perjudica el rendimiento del árbol, de modo que se obtienen entre 3 y 14 kilos de aceitunas por árbol y año (Civantos, 1990).

Desde 1969 a 1989 la producción ha crecido una media del 1,26% por campaña (Guerbaa, 1990). De todos modos, la producción varía notablemente de una a otra campaña principalmente a causa de la vejería. Igualmente, estimar la producción y las superficies mundiales es difícil puesto que las densidades varían entre 20 y 400 olivos por hectárea (Sumpsi y Barceló, 1995) y el olivo se halla muchas veces asociado a otros cultivos.

La Tabla 12.II muestra la concentración mundial de la producción de aceite en las riberas del mediterráneo (alrededor del 98% de la producción mundial), especialmente en la ribera Norte (un 85% frente al 15% de la Sur).

Sin embargo, el 71% del empleo se localiza en los países del Sur y el Este del Mediterráneo mientras que el 27% se localiza en los países de la Unión Europea (Bonazzi, 1997). En el área mediterránea, el aceite genera ingresos a 7 millones de familias e indirectos a más de 30 millones de personas, especialmente en áreas desfavorecidas (Bonazzi, 1997).

Los diez países líderes en el Mediterráneo serían España, Italia, Grecia, Túnez, Turquía, Siria, Marruecos, Portugal, Argelia y Libia (en la Figura 12.1 se muestra como entre 7 países se reparten el 93% de la producción mundial), pudiéndose efectuar una distinción (Tous, 1990) entre países con producciones muy importantes (España e Italia), países con producciones importantes (Grecia, Turquía, Túnez y Portugal), países con producciones medias (Siria, Argelia, Argentina, Libia, Jordania, Líbano) y países con producciones pequeñas (Yugoslavia, Francia, Israel, Chipre, USA, Egipto, Australia, Brasil, Chile, Irán, Irak, México y Perú).

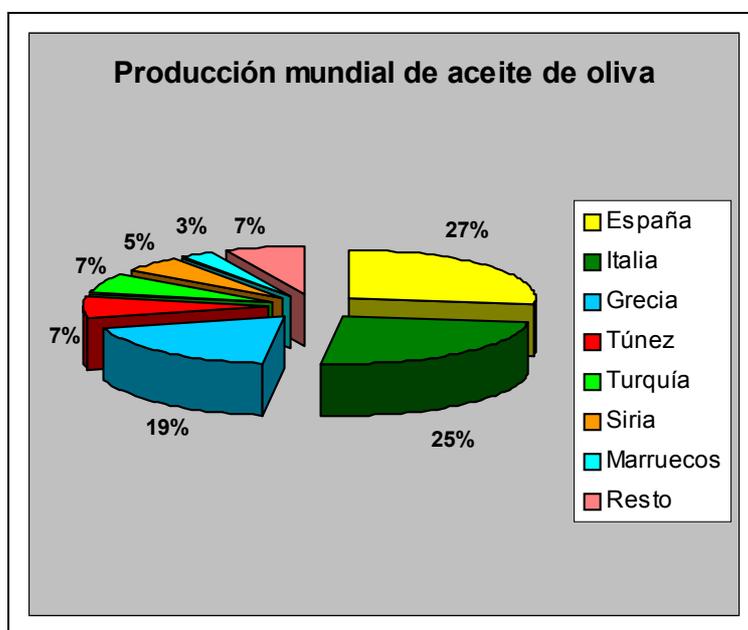


Figura 12.1. Reparto de la producción mundial de aceite de oliva en la década de los 90
Fuente: Elaboración propia en base a la bibliografía consultada.

Como posibles competidores en producción fuera del área mediterránea, hay que destacar a Australia y Argentina (producción de 9.500 Tm de aceite en la campaña 1994/95, de las cuales 5.500 se destinaron a la exportación) que están incrementando su número de olivos en un millón al año (Bonazzi, 1997).

El aceite de oliva se produce en los mismos países donde se cultiva el olivo (lo cual no se puede generalizar en absoluto al resto de aceites). Si acaso, como veremos a continuación, se exporta el aceite a otros países donde se realizan mezclas y se procede al envasado.

Un 75% de la producción se concentra en la Unión Europea y España e Italia proporcionan la mitad de la producción de aceite del mundo.

Los datos de la Tabla 12.II se pueden traspasar a un mapa (Figura 12.2) de la cuenca mediterránea.

Se puede observar que todos los países productores son de clima templado, pues este es el clima adecuado para el olivo. Los aceites producidos en las zonas cálidas y más meridionales contienen una mayor proporción de ácidos grasos saturados y son menos fluidos que los de las zonas más al Norte.

En muchos de los países olivareros, existen regiones donde el cultivo ocupa importantes proporciones de la tierra cultivada y ocupa millones de familias en el mundo. Muchos de los suelos no son aptos para otros cultivos. El cultivo del olivo contribuye a la defensa de los suelos.

Con las informaciones proporcionadas por el Consejo Oleícola Internacional, se puede calcular la producción mundial media de aceite de oliva para el periodo 1981-1995 en 1,7 millones de toneladas, siendo la desviación típica de 0,23 millones de toneladas. Este alto porcentaje de dispersión se explica rápidamente por la irregularidad productiva de esta especie (vecería). El crecimiento global de la producción en el periodo considerado es de un 1,6%. Un 93% de la producción mundial corresponde a estados miembros del COI.

		Producción de aceite (miles de Tm)		
Zona	Año>	Media 1961-1965	Media 1986-1990	1.994
Mundo		1.376	1.815	1.947
Mediterráneo		1.361	1.790	1.910
Mediterráneo Norte		1.196	1.513	1.558
Mediterráneo Sur		165	277	352
Países árabes		164	277	352
España		387	618	521
Francia		1	2	2
Grecia		181	295	375
Italia		422	466	480
Portugal		90	36	34
Albania		4	0	0
Chipre		2	2	3
Croacia		0	2	3
Eslovenia		0	1	1
Turquía		103	87	139
Yugoslavia		5	3	0
Argelia		18	19	14
Libia		10	10	6
Marruecos		21	44	56
Túnez		74	124	142
Egipto		0	0	12
Israel		1	0	0
Jordania		13	8	15
Líbano		8	5	9
Siria		20	66	98
% Mundial		98,94 %	98,6 %	98,1 %

Tabla.12.II. Producción de aceite de oliva en los países mediterráneos.
Datos en miles de toneladas.

Fuente: Annuaire des économies agricoles et alimentaires des pays méditerranéens et arabes (1996).

Como actualización de los datos contenidos en la Tabla 12.II, la campaña 1995/96 arrojó una producción mundial muy corta, de sólo 1,63 millones de toneladas debido a una persistente sequía en los países productores que afectó a la mayoría de las explotaciones.

En cambio, la producción para la campaña 1996/97 se cifra en 2,24 millones de Tm debido a las lluvias sobre las zonas de cultivo.

El informe del COI para la campaña 1997/98 muestra otro año récord en la producción de aceite de oliva: 869.000 Tm para el estado español, 610.000 Tm para Italia, 1,941 millones de Tm para el conjunto de la Unión Europea, formando parte de los 2,259 millones de toneladas estimadas a nivel mundial.

La Tabla 12.III muestra la evolución hasta la campaña 1996/97.

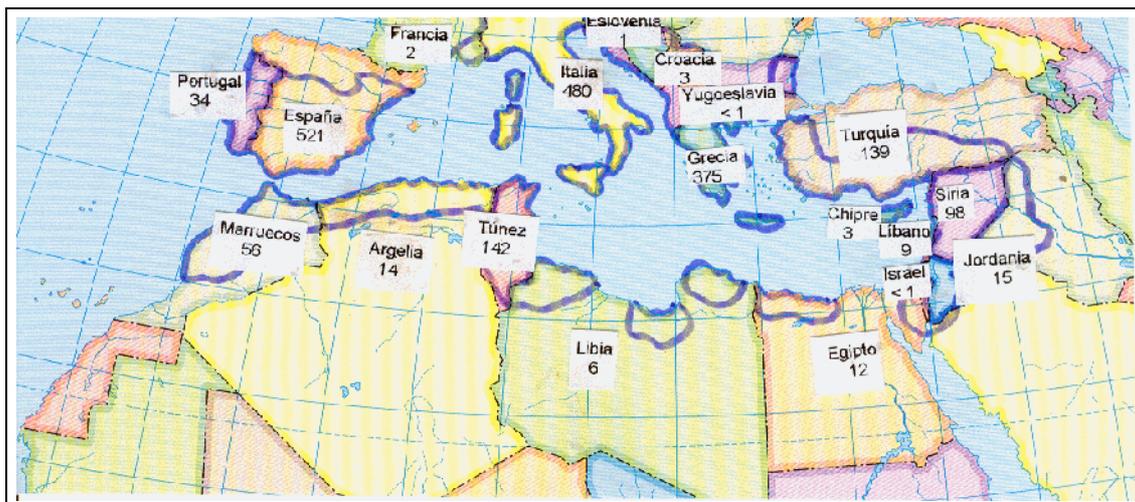


Figura 12.2. Mapa del mundo oleícola mediterráneo.
Países productores y cantidades de aceite obtenidos en 1994 (Miles de Tm).
Fuente: Elaboración propia con los datos de la Tabla 12.II

Zona	Producción del período considerado (miles de Tm)					
	1981-85	1986-90	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97
Unión Europea	1.288	1.275	1.258	1.383	1.324	1.802
España	466	563	545	482	322	947
Italia	526	425	418	490	620	400
Grecia	256	253	260	358	335	402
Francia	2	2	3	3	2	2,4
Portugal	37	32	30	46	44	50
Total mundial	1.618	1.648	1.736	1.804	1.628	2.240

Tabla 12.III. Evolución de la producción mundial de aceite de oliva, con especial referencia a los países de la Unión Europea.

Fuente: Datos tomados de *Sectors vegetals* (1997) y *Olivae* (entre 1995, nº 59 y 1997, nº 70)

De la observación de la Tabla 12.III y representando sus datos en un mapa (Figura 12.3) se puede observar como las áreas aptas para la oleicultura están en dos franjas de latitud templada (alrededor de los paralelos 30 a 40), tanto al Norte como al Sur del Ecuador.

Las proyecciones efectuadas por el COI para el año 2005 (*Proyecciones de la Producción y del Consumo del aceite de oliva en el horizonte 2005*) cifran en 2.340.000 Tm la producción mundial, con la entrada en producción de nuevas plantaciones; y el consumo en 2.130.000 Tm lo que comportará un excedente de 210.000 Tm.

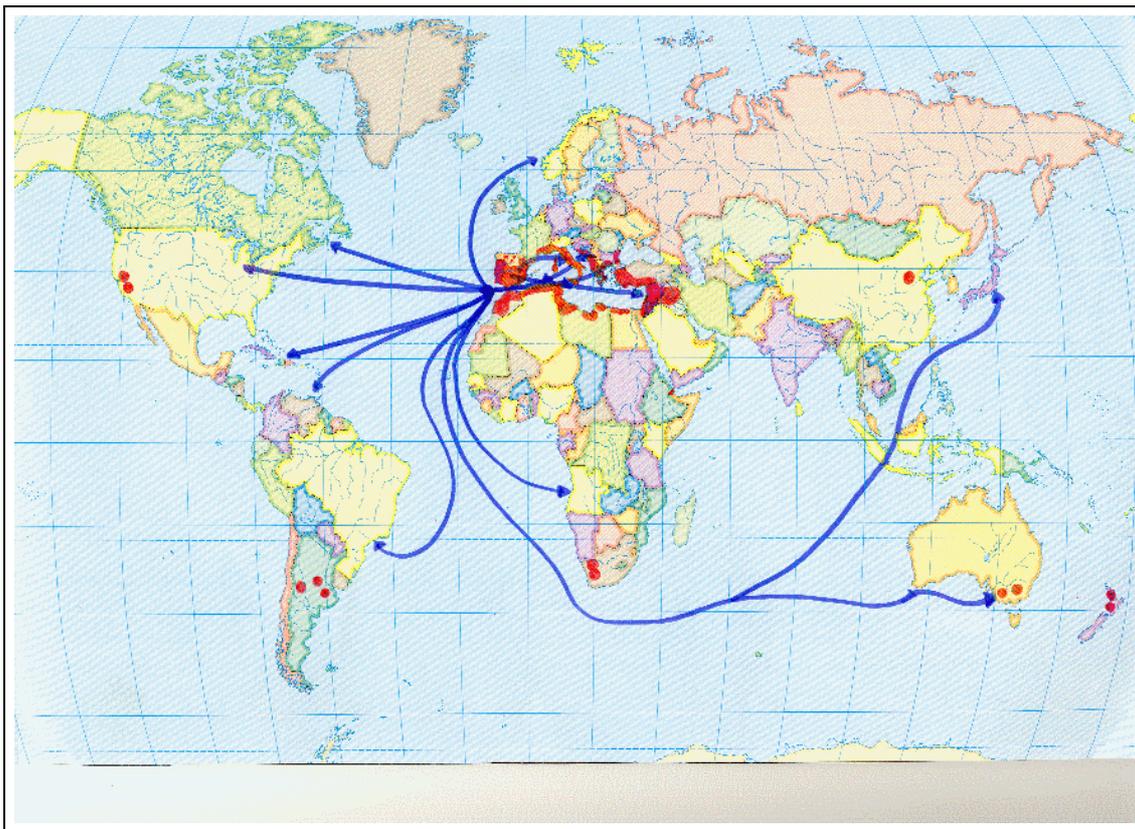


Figura 12.3. Mapa oleícola mundial: Zonas oleícolas

Fuente: Elaboración propia

El consumo ha ido creciendo a un ritmo medio anual del 1,8% durante la década de los 70 y 80 aunque el consumo se resintió a partir de la campaña 1973/74 con la crisis económica mundial y la prohibición americana de exportar habas de soja lo que encareció el precio del aceite de oliva (Guerbaa, 1990) a la vez que se aprecia desde los años 60 un proceso de sustitución del aceite de oliva por aceites de semillas en los países típicamente productores y consumidores debido a campañas cortas que obligaron a importar otros aceites y a la presión exportadora de la soja norteamericana (Allaya y Naili, 1989)

La pequeña participación del aceite de oliva dentro del sector de grasas vegetales y la difusión de sus cualidades nutritivas y medicinales, reforzadas por la naturalidad del proceso de obtención (sin disolventes químicos), hacen suponer que el actual momento de expansión del sector se prolongue a medio y largo plazo (Fertiberia, 1995).

12.3. El consumo de aceites en el mundo: Evolución histórica del comercio y consumo

Desde 1945, la estructura del comercio mundial de aceites y grasas ha cambiado: existe la tendencia a extraer el aceite en las naciones productoras de semillas y aumenta el consumo en los países de origen. Con la II Guerra Mundial, se incrementaron los cultivos de soja, cacahuete, algodón, linaza y tung en Estados Unidos, por las dificultades existentes para importar desde Extremo Oriente. Así, aquel país ha pasado de ser un importador a ser un exportador, sobre todo de soja y lino.

El consumo ha crecido en mayor medida que el comercio ya que cada país intenta satisfacer la demanda con su producción. Muchos productos tienen una localización geográfica determinada por factores climáticos. No obstante, las instalaciones industriales actuales permiten obtener aceite de distintos tipos de semillas y, por consiguiente, con distinto origen geográfico.

El aceite de soja, el más consumido a nivel mundial, se produce en los Estados Unidos, China, Rusia, Brasil e Indonesia. El aceite de girasol, que también ha experimentado un gran aumento en los últimos años, se produce en países de clima templado como Rusia, Argentina, Rumania y Bulgaria. El aceite de cacahuete ocupa un lugar destacado, a nivel mundial, por su consumo. Los cacahuetes proceden de India, China, Estados Unidos, Senegal y Nigeria, aunque el aceite se produce principalmente en Liverpool, Hull o Hamburg-Harburg. La colza procede de China, Canadá, India, Polonia y Francia. La copra proviene de las Filipinas, Indonesia, la India y Polinesia. (Clotet, 1977)

La Tabla 12.IV muestra la producción de cada tipo de aceite en 1976.

Tipo de aceite	Producción (miles de Tm)
Soja	10.470
Girasol	3.620
Cacahuete	3.800
Copra	3.200
Colza	2.810
Palma	3.120
Algodón	2.550
Sésamo y cártamo	1.390
Oliva	1.690

Tabla 12. IV. Producción de aceites vegetales en el mundo, según estimaciones de la FAO para 1976
Fuente: Enciclopedia Salvat Universal (1981)

Buscando fuentes bibliográficas más recientes, podemos comparar y evaluar la evolución que ha sufrido el consumo de aceites en los últimos 25 años y la importancia relativa del aceite de oliva en el conjunto.

El consumo mundial de aceites y grasas es de 93 millones de toneladas (Elías, 1996), de las cuales el 88% corresponde a los aceites vegetales, estando las grasas animales

La Tabla 12.V. muestra el consumo de aceites vegetales a nivel mundial y en la Unión Europea como valores promedio entre las campañas 1991/92 a 1993/94. Se puede observar como el aceite de soja es líder indiscutible a nivel mundial, seguido por el aceite de palma y, de lejos, por otras semillas oleaginosas (por ejemplo, colza).

El aceite de oliva ocupa un discretísimo octavo lugar entre los once aceites mostrados, con un consumo que equivale al 3% de la cantidad total de aceites vegetales consumidos en el mundo (equivale a 0,35 litros *per capita*). Esto no debe desanimar nuestra labor al creer que es un producto de poca importancia. Al contrario, indica que el mercado potencial es enorme pues comprende a todos los consumidores de aceite del mundo (65,9 millones de Tm, según la Tabla). Cada año, los consumidores de todo el mundo, gastan más de 5.000 millones de dólares en compras de aceite de oliva.

En la Unión Europea, no corre mejor suerte el aceite de oliva pues ocupa sólo la quinta posición. El consumo medio comunitario equivale a la tercera parte del consumo en España que es de 10 litros por persona y año y se reduce a 0,25 litros por persona en Alemania, Austria, Suecia o Finlandia (Pozuelo, 1999b) .

En cambio, la primera plaza corresponde aquí al aceite de girasol, seguido por la soja, la colza y la palma. Puede parecer contradictoria esta cifra si se tiene en cuenta que en la Unión Europea se encuentran cinco estados productores (España, Francia, Grecia, Italia, y Portugal), entre los que destacan España e Italia como los grandes productores mundiales.

El inconveniente está en que precisamente estos países son también los únicos consumidores (esto no impide además que en dichos estados se consuman otros aceites.

En Francia, el aceite de oliva es casi desconocido y en España, mantiene un duro pugilato con el aceite de girasol, como se describe en el apartado correspondiente de esta Tesis). De hecho, el consumo europeo supone el 70% del consumo mundial. El resto del consumo se centra en los otros países productores (Mediterráneo) y en los grandes importadores como Estados Unidos o Australia (en 1996, el consumo aumentó hasta 20.000 Tm de aceite contra las 16.000 que tenía de media de los años anteriores).

Los países no productores de la Unión Europea incrementan lentamente su consumo pero las cuotas actuales siguen siendo muy reducidas. Hay que insistir en que estas cifras muestran para el olivo y el aceite numerosas posibilidades si las empresas cuidan sus puntos clave: la calidad y, sobre todo, actualmente, el marketing.

Aceite (Tipo)	Consumo mundial (millones Tm)	Ranking mundial	Consumo Unión Europea (millones Tm)	Ranking europeo	Porcentaje Europeo sobre Mundial (%)
Soja	17,4	1	1,76	2	10,11 %
Palma	13,2	2	1,53	4	11,59 %
Colza	9,4	3	1,62	3	17,23 %
Girasol	7,9	4	1,76	1	22,28 %
Cacahuete	4,1	5	2,00	9	4,88 %
Algodón	4,0	6	(incluido en Otros)		
Coco	2,9	7	0,49	6	16,90 %
Oliva	2,1	8	1,46	5	69,52 %
Palmiste	1,7	9	0,36	7	21,18 %
Maiz	1,6	10	0,21	8	13,13 %
Otros	1,7	11	0,27	10	15,88 %
Total	65,9		8,97		14,67 %

Tabla 12.V. Consumo de aceites en el mundo, de 1991 a 1994.

Fuente: Elaborada a partir de los datos recopilados por Parras (1996b)

También desde la Segunda Guerra Mundial, el tráfico extramediterráneo del aceite de oliva ha disminuido en un 50% debido a la contracción de las importaciones en algunos países y a la transformación de Argentina de importadora en exportadora. Por contra, ha aumentado el tráfico entre los países olivaderos mediterráneos (entre el 85 y el 90% del comercio mundial), destacando el caso de Italia que consume más de lo que produce (Lapatás, 1988).

El comercio mundial se ve favorecido por la facilidad de manejo (transporte y conservación) de materiales: normalmente no se exporta aceite sino granos o semillas (por ejemplo, habas de soja), realizándose la extracción del aceite (y la obtención de otros productos o subproductos como harinas, lecitinas, etc.) en los países de destino. Además, las instalaciones de obtención de estos aceites son polivalentes (sirven para distintos tipos de aceites) y pueden emplearse todo el año en lugar de en campañas, con lo que se favorece la amortización del equipo.

Si los productores de aceite de oliva intentan promocionar su producto como beneficioso para la salud, los productores de otros aceites también esgrimen argumentos positivos para sus productos. La Asociación Americana de la Soja promociona su aceite en el gremio de la panadería y Malasia, primera productora mundial de aceite de palma con 7.800 millones de toneladas en 1995 que exporta distintos productos derivados del aceite de palma, como el aceite RBD, para la fritura industrial, a más de 90 países (Elías, 1996), potencia la investigación sobre los efectos del aceite de palma del que se ha descubierto que es rico en vitamina E (tocotrienol), que no aumenta los niveles de colesterol en sangre, que el efecto del ácido palmítico es igual al del ácido oleico en cuanto a reductor del colesterol y que incluso puede ser anticancerígeno.

12.4. Consumo de aceite de oliva en el mundo. Régimen de intercambios

El consumo mundial de aceite de oliva ha fluctuado en las últimas décadas. Al principio de los años 70, el consumo alcanzó el millón y medio de toneladas pero la crisis económica mundial (*del petróleo*) redujo la demanda a menos de 1,3 millones en las campañas siguientes de modo que se rompió el equilibrio entre producción y consumo, con la aparición de excedentes. A partir de 1977, el consumo volvió a recuperarse.

En el período 1981-1995, el aceite ha presentado un aumento en su consumo a nivel mundial. el paso de 1,673 millones de toneladas en la campaña 1981/82 a 1,883 en la campaña 1993/94 se corresponde a una evolución ascendente lenta pero regular que retrocederá sólo en la campaña 1995/96 hasta los 1,75 millones de Tm por efecto de la corta cosecha mundial y el incremento de precios correspondiente

Como se ha comentado anteriormente, el 92% del aceite se consume en los mismos países productores: El 78% del consumo mundial se centra en la Unión Europea, con España e Italia al frente y el resto se distribuye entre los países productores, situados básicamente en la cuenca mediterránea (17%) (Sumpsi y Barceló, 1995). Sólo un 5% se consume en el resto del mundo, destacando los Estados Unidos. (Tabla 12.VI)

País	1981-85	1986-90	1991-92	1992-93	1993-94
Unión Europea	1.259	1.302	1.360	1.374	1.338
España	357	395	430	431	428
Italia	630	629	630	640	600
Grecia	202	201	195	190	207
Francia	25	27	35	40	30
Portugal	37	34	45	43	47
Marruecos	27	36	49	40	42
Argelia	14	14	27	27	25
Túnez	51	46	60	60	61
Turquía	74	52	50	50	60
Siria	59	58	66	67	69
Australia	6	10	13	17	-
Estados Unidos	35	69	79	104	110
Otros	153	162	154	155	179
Total mundial	1.673	1.748	1.857	1.893	1.883

Tabla 12.VI. Evolución del consumo de aceite de oliva en el mundo.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos tomados de *Mercacei* (1996a) y *Olivae* (1994, número 54 y 1995, número 59)

En otros estados también existe consumo aunque en cantidades menores (Canadá, Australia, Japón, México, Argentina, etc.) aunque la tendencia es al alza. La Figura 12.4 muestra un posible reparto del consumo de aceite para el año 2010 a partir de campañas de información a nivel mundial y fomento de la producción y el consumo a nivel mediterráneo (Bonazzi, 1997).

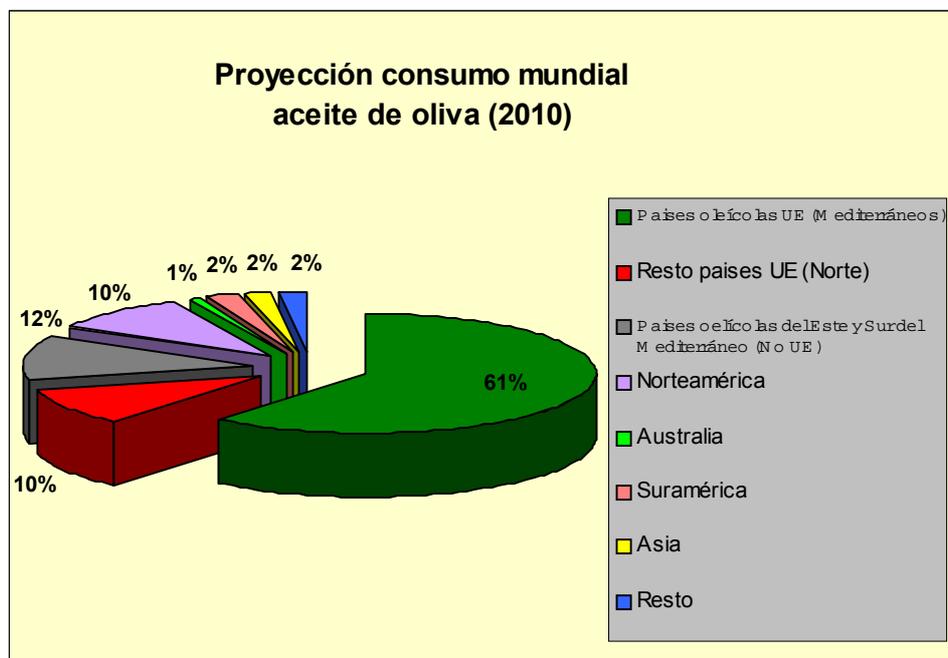


Figura 12.4. Proyección del consumo de aceite de oliva a nivel mundial
Fuente: Bonazzi (1997).

Sólo Grecia, Italia, España y Túnez presentan una tasa de consumo por habitante superior a los 5 kg anuales y se han detectado tendencias decrecientes en países productores como Libia, Grecia o Portugal.

La Tabla 12.VII muestra el consumo y la producción de los distintos países productores y/o consumidores. Con estas dos cifras se calcula el grado de autoabastecimiento o cobertura. Conociendo el número de habitantes de estas naciones, se determina el consumo *per capita*.

Las conclusiones que obtenemos examinando la Tabla 12.VII son que los grandes países productores: Túnez, España y Grecia son países netamente excedentarios. No obstante, Italia es el máximo importador mundial por tener un consumo *per capita* muy elevado y por exportar grandes cantidades a Estados Unidos donde se ha sabido abrir mercado desde hace muchos años. España ha estado vendiendo a bajo precio su aceite excedentario, en parte de gran calidad, como es el caso de las Denominaciones de Origen catalanas, a Italia a bajo precio para encabezar los aceites italianos -que se exportan como italianos- mientras en España se consume aceite refinado o aceite de los distintos tipos de semillas oleaginosas.

El resto de países productores presenta grados de autoabastecimiento próximos al 100% (demanda ajustada a la producción). Existen, por supuesto, una serie de países importadores netos.

País	Producción anual (miles de kg)	Consumo anual (miles de kg)	Población (miles de habitantes)	Consumo (kg anuales per capita)	Autoabastecimiento
Unión Europea	1.365	1.317	346.757	3,80	104%
España	590	414	39.114	10,58	143%
Italia	454	607	56.933	10,66	75%
Grecia	284	199	10.320	19,28	143%
Francia	2	32	57.527	0,55	6%
Portugal	35	39	9.850	3,96	90%
Marruecos	46	42	26.954	1,56	110%
Argelia	21	20	25.646	0,78	105%
Túnez	182	54	6.579	8,21	337%
Turquía	56	52	59.577	0,87	108%
Siria	61	64	12.993	4,93	95%
Australia	0	11	15.452	0,71	0%
Estados Unidos	1	91	257.504	0,35	1%

Tabla 12.VII. Producción, consumo, consumo *per capita* y grado de autoabastecimiento de aceite de oliva en el mundo.

Los datos de producción y consumo corresponden a la media de las campañas 1989/90 a 1993/94.

Fuente: Pié (1998)

En el nivel de consumo intervienen factores como los ingresos disponibles por habitante, el precio del aceite de oliva y el precio de los aceites sustitutivos, las tradiciones, aspectos demográficos como la urbanización y el crecimiento poblacional, y aspectos comerciales como la publicidad (Lapatás, 1988).

Bonazzi (1997) considera un escenario donde el consumo puede aumentar más que la producción si se realizan campañas de información y teniendo en cuenta la vejería del olivo y la climatología mediterránea. Si la Unión Europea coopera -según la Declaración de Barcelona de 1995- con transferencia de tecnología y financiación en la modernización del resto de países mediterráneos oleícolas, el negocio del aceite puede contribuir al desarrollo de dichos países y a evitar la emigración, al mismo tiempo que se generaría un área Euromediterránea de Libre Comercio y un cártel mediterráneo del aceite frente a otros países que están también aumentando sus producciones.

12.4.2. Comercio internacional del aceite de oliva: importación y exportación

El aceite de oliva corresponde sólo al 4% de la producción mundial de aceites comestibles o al 2,5% de la producción mundial de aceites y grasas, sin embargo representa el 19% del valor y el 6% del volumen del comercio mundial de aceites vegetales comestibles, por detrás de soja, girasol y colza (Luchetti, 1993).

El comercio internacional del aceite de oliva movió a lo largo de los años 80 aproximadamente el 23% de la producción mundial (Guerbaa, 1990) aunque el 92% del aceite producido en el mundo se consume en los propios países productores por factores económicos, históricos y sociológicos y sólo el resto se destina al comercio internacional. El comercio queda en función de las necesidades nacionales de los países productores y de la situación internacional y doméstica en los países importadores.

La Tabla 12.VIII muestra las importaciones y exportaciones (en miles de Tm de aceite y en millones de dólares corrientes).

Un alto porcentaje de las exportaciones (98,09 % en valor económico para 1994) corresponde a los países mediterráneos, puesto que son los principales productores mundiales -un 60% de dicha cantidad corresponde a la Unión Europea (Luchetti, 1993).

Un porcentaje también importante se corresponde a las importaciones (67,99% en 1994) puesto que son también grandes consumidores, aunque este porcentaje no es tan elevado como el de las exportaciones porque existen países importadores situados fuera de la zona mediterránea (Estados Unidos, Canadá, Japón, etc.). A la Unión Europea corresponde alrededor de un 22% de las importaciones (Luchetti, 1993).

El 83,6% de las 569.000 Tm de aceite de oliva exportado en el mundo le corresponde a la Unión Europea (incluyendo los intercambios intracomunitarios) entre las campañas 1985/86 y 1994/95.

Si se consideran solamente los intercambios extracomunitarios, el volumen de exportaciones es de unas 350.000 Tm de aceite de oliva.

España es el primer exportador mundial, seguido por Italia y Grecia. Fuera de la Unión Europea, se pueden destacar Túnez y Turquía. El resto de los países productores tiene un régimen de producción muy similar al de su propio consumo por lo que su comercio internacional es mínimo. Para algunos de estos países productores, las exportaciones de aceite son estratégicas en su balanza comercial.

Zona Años>	Importaciones (miles de Tm / millones de dólares)		Exportaciones (miles de Tm / millones de dólares)	
	1986-1990	1994	1986-1990	1994
Mundo	595 / 1248	866 / 1999	562 / 1145	821 / 1952
Mediterráneo	402 / 871	593 / 1359	520 / 1048	801 / 1915
Norte Mediterr.	339 / 774	552 / 1293	462 / 949	206 / 1607
Sur Mediterr.	63 / 97	41 / 66	58 / 99	199 / 308
Países árabes	62 / 96	39 / 63	58 / 99	199 / 308
España	15 / 26	126 / 172	205 / 405	266 / 749
Francia	35 / 83	51 / 152	9 / 26	10 / 27
Grecia	6 / 17	2 / 6	99 / 211	139 / 350
Italia	268 / 619	333 / 863	107 / 244	156 / 424
Portugal	9 / 21	38 / 93	15 / 28	16 / 36
Turquía	5 / 5	1 / 2	26 / 33	14 / 21
Libia	34 / 52	17 / 25	0 / 0	0 / 0
Marruecos	0 / 0	3 / 5	6 / 9	0 / 1
Túnez	2 / 3	0 / 0	50 / 87	198 / 306
Arabia Saudita	6 / 11	2 / 4	0 / 0	0 / 0
Emiratos árabes	1 / 2	2 / 4	0 / 0	0 / 0
Irak	3 / 3	0 / 1		
Israel	1 / 1	2 / 4	0 / 0	0 / 0
Jordania	6 / 11	7 / 12	2 / 2	0 / 0
Kuwait	3 / 5	2 / 5	0 / 0	0 / 0
Líbano	1 / 2	1 / 3	0 / 0	0 / 1
Síria	3 / 2	3 / 2	0 / 0	0 / 0
% Mundial	67,63 / 69,78	68,44 / 67,99	92,56 / 91,53	97,50 / 98,09

Tabla 12.VIII. Exportación/importación de aceite de oliva en los países mediterráneos.

Datos en miles de toneladas y en miles de dólares corrientes.

Fuente: Annuaire des économies agricoles et alimentaires des pays méditerranéens et arabes (1996).

Sólo España , Grecia y Siria son autosuficientes en cuanto a autoabastecimiento de aceite de oliva. El resto de las naciones dependen, en mayor o menor medida, de las importaciones. Los principales importadores mundiales de aceite de oliva son la Unión Europea y los Estados Unidos con unas 100.000 Tm cada Comunidad. El volumen restante de importaciones está repartido entre muchos otros países (hasta un total de 350.000 Tm) con cuotas de importación muy bajas. Las importaciones de aceite de oliva a la comunidad representan una cuarta parte de la producción de los países fuera de la Unión Europea.

En la Unión Europea, España e Italia, son el centro mundial de los flujos comerciales de aceite de oliva entre países miembros de la Comunidad y entre estados miembros y el resto de los países del mundo. Por desgracia para el sector, algunos países productores de la cuenca mediterránea cubren sus necesidades importando otros aceites y reservando su aceite de oliva para la exportación.

La Tabla 12.IX pone de manifiesto la evolución de estas cifras y la importancia de la Unión Europea en el conjunto mundial.

Campaña	Importaciones mundiales (en miles de Tm)	Importaciones Unión Europea (miles de Tm)
1991/92	343.500	135.500
1992/93	313.000	100.000
1993/94	346.500	127.000
1994/95	356.500	133.000

Tabla12.IX. Evolución de las importaciones de aceite de oliva, con especial referencia a la Unión Europea.

Fuente: Datos tomados de *Olivae* en los números 48, 52, 54, 59 y 64

Tradicionalmente, los productores han optado por la exportación hacia los puntos donde ya existe una tradición de consumo: países oleícolas de la Unión Europea, Libia, Arabia Saudita, Emiratos Árabes, Oriente Medio, Estados Unidos (donde hay población de origen mediterráneo)... Pero la expansión de las empresas lleva a la exportación hacia mercados emergentes todavía no saturados.

Denominamos mercado emergentes a los países de Iberoamérica (México, Argentina, Brasil, Chile, Venezuela, Colombia y Perú), Europa del Este (Hungría, Polonia, República Checa) y Extremo Oriente (Malasia, Indonesia, Tailandia, Corea del Sur) (Dinero, 1994)

Los países asiáticos son un mercado que supera los 3.000 millones de habitantes, atractivo para la exportación y para la implantación de empresas. Para la exportación pues muchas de las naciones han descubierto recientemente el sistema consumista y aceptan cualquier producto novedoso para mejorar la calidad de vida (especialmente en la industria de la alimentación como prueban empresas como Agrolimen, Nutrepa, Chupa Chups o Dany). Para instalar empresas, puesto que los gobiernos ofrecen terrenos gratuitos, incentivos fiscales, etc. para complementar el atractivo del bajo coste laboral (acompañado o no de mano de obra cualificada) y de unas infraestructuras más o menos desarrolladas (según el país) (Idoeta, 1995).

Incluso el ajedrecista Anatoli Karpov se interesó por invertir cien millones de pesetas en una empresa aceitera en Linares (ciudad jienense que organiza el campeonato del mundo de ajedrez) para exportar aceite *Karpov* a Rusia, donde este deportista de salón es considerado un héroe, o a Iberoamérica (con la marca *Linares*).

12.5. El olivo y el aceite en la Unión Europea

12.5.1. Situación de la producción

El olivo penetró en Europa por Grecia y Turquía procedente de Asia Menor. Su cultivo se popularizó en el mundo Griego, como narran Estrabón y Herodoto y posteriormente se transmitió al mundo romano. bajo el imperio romano, el imperio se expandió por todo el Mediterráneo y Adriano simbolizó la Hispania romana con una rama de olivo (Ciurana y Torrado, 1981).

Hoy en día, como se ha explicado en el apartado dedicado al olivo en el mundo, existen en la Europa comunitaria cinco países productores de aceite: España, Francia, Grecia, Italia y Portugal.

A continuación, profundizaremos en la situación del olivo en Europa, con especial referencia a Italia por ser el gran país productor, exportador e importador, y también el caso de Turquía. No se estudia aquí el caso español por tener capítulo propio.

Se puede mencionar que más de dos millones de agricultores (Ver Tabla 12.X) obtienen sus ingresos del olivo, que se cultiva en 5,3 millones de hectáreas (Ernst & Young, 1992), lo que representa el 66% de la superficie oleícola mundial y el 3,3% de la superficie agrícola comunitaria. Aunque desempeñe un papel pequeño en el conjunto de la economía europea, la oleicultura desempeña una función económica, social y ecológica: se cultiva en las regiones más desfavorecidas de la Comunidad (Andalucía, Calabria, Sicilia...), con escasas probabilidades de reconversión debido al tipo de suelo; permite que la población se apegue a la tierra; evita el éxodo rural, cuyos costes económicos y psicológicos serían previsiblemente elevados y asegura la conservación de las tierras contra la erosión (Lapatás, 1988).

País	Italia	España	Grecia	Portugal	Francia
Personas	900.000	550.000	350.000	200.000	45.000
Olivos (millones)	130	166 (215-250)	133	27	3

Tabla 12.X. Número de oleicultores y de olivos en la Europa comunitaria
Fuente: Sobre población, Ernst & Young (1992) con datos de FEDOLIVE.
Sobre olivos, cifras oficiales UE, en millones, y estimaciones para España (entre paréntesis)

La Figura 12.5 resume las fluctuaciones de la producción en Europa durante las campañas que ha durado la recopilación de información para la presente Tesis.

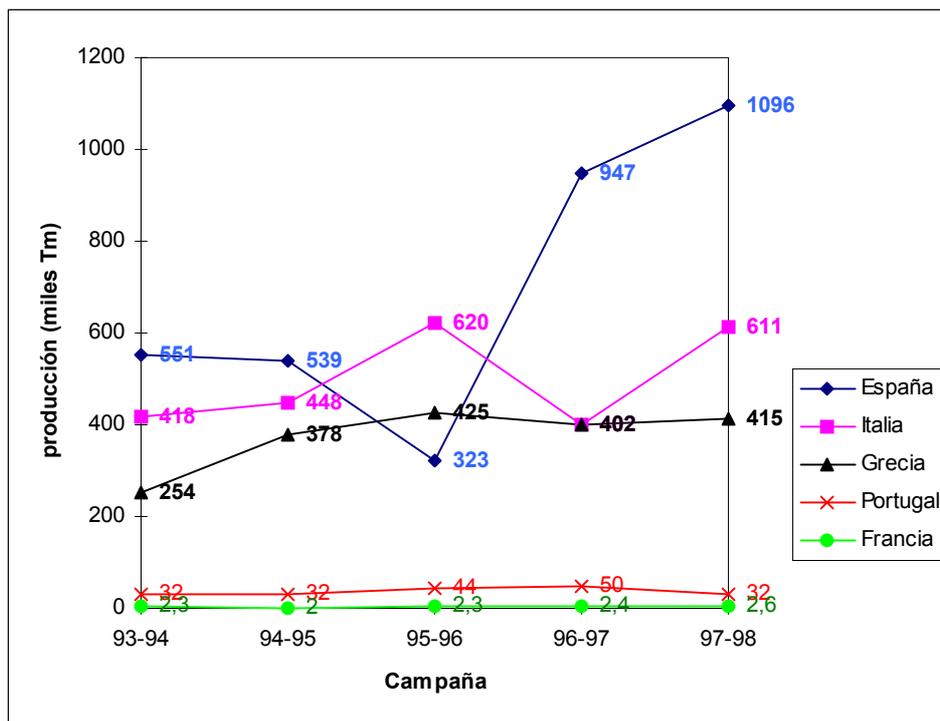


Figura 12.5. Producción de aceite de oliva en la Unión Europea. Datos en miles de Tm.
Fuente: Elaboración propia a partir de diversas fuentes

12.5.2. El potencial del mercado europeo

Antes de proseguir adelante con el estudio de la situación del sector oleícola en Europa, vamos a dar un repaso general a la Europa de los 12 (países miembros de la comunidad económica europea) en la Tabla 12.XI, con la que se encontró España en su incorporación a la Comunidad en 1986.

Posteriormente, el grupo de los doce se amplía a quince con la adhesión de Finlandia, Austria y Suecia. A principios del Siglo XXI, la comunidad podría ampliarse hacia los países del Este (PECO), Turquía y pequeños estados como Malta, lo que representaría un mayor número de consumidores y nuevas ubicaciones con mano de obra barata para las empresas occidentales y nuevos objetivos de desarrollo para la política de la Unión, que reducirían las ayudas al sector que aquí estamos analizando.

Este conjunto de países que integran la Unión Europea posee un peso económico y comercial comparable al de los Estados Unidos y al de Japón. La Tabla 12.XII resume algunas de estas magnitudes.

País	Capital	Extensión (km ²)	Habitantes (1990)	PIB per capita (Ecus)	Moneda	Ingreso CEE
Alemania	Berlín	557.046	78.420.000	19.895	Marco Alemán	1951 (1990)
Bélgica	Bruselas	30.518	9.932.000	15.959	Franco Belga	1.951
Dinamarca	Copenhague	43.092	5.132.000	20.439	Corona Danesa	1.973
Francia	París	543.945	56.160.000	17.113	Franco Francés	1.951
Grecia	Atenas	131.990	10.031.000	5.625	Dracma	1.981
Irlanda	Dublín	70.284	3.515.000	9.973	Libra Irlandesa	1.973
Italia	Roma	301.227	57.517.000	16.107	Lira Italiana	1.951
Luxemburgo	Luxemburgo	2.586	377.000	19.510	Franco Belga y Luxemb.	1.951
Países Bajos	Amsterdam	41.500	14.835.000	15.611	Florín	1.951
Portugal	Lisboa	92.389	10.467.000	5.928	Escudo	1.986
Reino Unido	Londres	244.100	57.236.000	14.186	Libra Esterlina	1.973
España	Madrid	504.750	39.618.000	10.925	Peseta	1.986

Tabla 12.XI. Información sobre los estados miembros de la Comunidad Económica Europea en 1990 Fuente: Elaboración propia, consultando diversas fuentes

Bloque económico o país	Población en 1995 (millones de habitantes)	PIB en 1996 (% sobre el total de la OCDE)	Exportaciones en 1996 (% sobre PIB)	Cuota de comercio mundial en 1996 (%)
Unión Europea	370	38,3 %	(*)10,2 %	(*)20,9 %
Estados Unidos	263	32,5 %	8,2 %	19,6 %
Japón	125	20,5 %	8,2 %	10,5 %

Tabla 12.XII. Comparación entre algunos parámetros de los tres grandes bloques económicos mundiales en 1996.

(*) No se incluye el comercio intracomunitario

Fuente: Comisión Europea (Tomado de Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias, 1998).

España ingresa en la Comunidad Económica Europea en 1986. El 1989, la Peseta entra en el Sistema Monetario Europeo. En 1998 se confirma que España entrará en la Unión Económica y Monetaria en 1999, de la mano de 10 países más: Finlandia, Austria, Alemania, Irlanda, Bélgica, Francia, Holanda, Luxemburgo, Portugal e Italia. La Tabla 12.XIII resume las magnitudes económicas que han llevado a estos países a constituir la Eurozona

País	Crecimiento económico en 1998 (% PIB)	Inflación a octubre de 1998 (%)	Paro a setiembre de 1998 (%)	Déficit Público en 1998 (%)	Deuda Pública (% PIB)
Finlandia	5,1	1,1	11,2	0,7	52,9
Austria	3,2	0,7	4,5	-2,2	64,0
Alemania	2,8	0,6	9,5	-2,6	61,3
Irlanda	11,4	2,6	8,8	2,1	53,3
Bélgica	2,8	0,7	8,8	-1,3	117,2
Francia	3,1	0,5	11,9	-2,9	58,3
España	3,8	1,6	18,4	-2,1	67,7
Holanda	3,8	1,5	3,7	-1,4	68,6
Luxemburgo	4,2	0,5	2,2	2,2	7,1
Portugal	4,2	2,5	4,6	-2,3	57,4
Italia	1,7	1,9	12,0	-2,6	118,8

Tabla 12.XIII. Datos económicos de la Eurozona.

Fuente: Datos tomados de el *Periódico de Catalunya*, 3-1-1999

En 1997, la Unión Europea exportó por valor de 14.513 millones de dólares FOB (de los cuales España aportó 1.057) e importó por valor de 16.335 millones de dólares (España por valor de 1.115) (Bouza, 1998)

12.5.3. La alimentación en Europa

La alimentación en Europa se halla en manos de potentes grupos multinacionales. El aceite no escapa a su control y las mismas empresas que lo han estado envasando en España en los últimos 20 años son las que también lo han envasado en el resto de Europa junto con otros negocios: El grupo Frint, el grupo Ferruzzi o el grupo Unilever, etc, aunque el Siglo XXI ha visto como las empresas aceiteras españolas (y de otros estados de la Comunidad) cambiaban de manos mientras sus matrices desaparecían.

Estas empresas multinacionales poseen importantes recursos que les facilitan su crecimiento por medio de la compra de otras empresas de menor envergadura. Entre 1987 y 1992, las 100 primeras empresas agroalimentarias del mundo han protagonizado cerca de 2000 operaciones de fusión o adquisición (Rastoin, 1993). A lo largo de las décadas de los 80 y los 90, muchas empresas españolas del sector alimentación han visto la entrada de capital extranjero en su accionariado.

En Cataluña, al igual que el resto de España, el sector de la alimentación ha mantenido niveles de inversión elevados y una atracción creciente de inversiones directas internacionales (Giráldez, 1994).

Por ejemplo, Eridania, que pertenecía al grupo Ferruzzi (primera empresa del sector aceitero en Italia), compró en 1989 a la empresa francesa Saint Louis-Lesieur (propietaria en España de la quincena de empresas del grupo Koipe). de este modo quedó formado un gran grupo aceitero a nivel mundial (Mercado, 1989)

Unilever, el gigante angloholandés nacido en 1930 cuando se fusionaron Margarine Unie de Holanda y Lever Brothers del Reino Unido y que factura en el mundo más de seis billones de pesetas (Díaz-Cardiel, 1994) se instaló en España en 1948, compró Agra en 1960 y, a partir de 1980, empezó a diversificar sus actividades en España con firmas como Frigo, Iglo y Revilla, aunque también en aceites compró Guiu, Costa Blanca y trató de adquirir Carbonell -además de poseer la aceitera Bertolli, una de las principales marcas italianas y la de mayor implantación en Estados Unidos-. Por otro lado, Unilever comercializa productos de cosmética y detergentes a través de Lever Ibérica, con marcas tan conocidas como Skip, Rexona, Close-up o Pond's (Villarino, 1990).

En 1989, la primera empresa europea en el *ranking* de la alimentación era la inglesa Bat Industries (con una facturación de 24.200 millones de ECU), seguida por Unilever (23.400 millones) y Nestlé (20.310 millones). La cuarta empresa, muy distanciada es la británica Hanson (menos de 10.000 millones de ECU). Tabacalera (3.070 millones de ECU), es la primera empresa del *ranking* en el puesto 18, por detrás de firmas como BSN, Guinness o Suchard. El puesto 19 correspondería a Eridania y el 20 a Cadbury (Mercado, 1989).

La industria alimentaria europea es la primera industria manufacturera de la Unión, con un valor de producción, en 1992, de 520.000 millones de ECU, aportando mayor valor añadido que la industria del automóvil y con una productividad por empleado de 155.000 ECU (Díaz, 1992).

Cabe destacar que las grandes empresas dedican un 3% de sus ingresos a investigación (por ejemplo, Nestlé dedicó 100.000 millones de pesetas a investigación y desarrollo) y un 10% a mantenerse en el sector (Rastoin, 1993).

12.5.4. La industria oleícola en Europa

Como el resto de la industria alimentaria, el aceite presenta un sector muy concentrado con unas pocas empresas líderes multinacionales (Unilever, Philip Morris, Eridania Béghin Say) que, si a caso, conviven con otras empresas pequeñas de ámbito regional.

En Francia, el sector del aceite está dominado por dos marcas: Astra-Calvé, fundada en 1928 y que pertenece al grupo Unilever y Lesieur, creada en 1911 que pertenece a Eridania Béghin-Say (Ernst & Young, 1992)

En el Reino Unido, CPC y Van den Berghs (Unilever) suministran aceite de oliva al mercado. (Ernst & Young, 1992)

En Alemania, Union Deutsche Lebensmittel Werke (Unilever) posee el 40% del mercado de aceites y ALDI también posee una cuota del 30% por medio de sus marcas blancas. Maizena controla otro 10% (Ernst & Young, 1992).

Como se ha estudiado en el apartado dedicado al aceite en el mundo, Europa produce el 80% del aceite del mundo pero también consume el 75% -en los principales países productores, se consumen más de 10 litros de aceite de oliva por persona y año- con lo que el comercio internacional es relativamente reducido aunque es cierto que Europa (especialmente España e Italia) exporta aceite hacia destinos internacionales como Australia, Japón, o Norteamérica.

En función de las campañas, Europa también importa aceite de países como Túnez o Marruecos -o aprovechando el tráfico en perfeccionamiento activo, obtiene aceite en dichos países para exportarlo hacia sus mercados internacionales-.

Entre países europeos, destaca el tráfico entre los tres grandes productores: España, Italia y Grecia. Generalmente, Italia importa aceite virgen de los otros países para realizar mezclas y atender sus mercados internacionales.

Las Tablas 12.XIV y 12.XV resumen la situación de producción y consumo en Europa. Se observa como los países productores, mediterráneos, son los grandes y tradicionales consumidores, mientras que el producto es todavía desconocido en los países del Norte de Europa, donde predominan girasol, soja, colza y palma, a pesar que se han realizado grandes avances desde los años 70. Parras (1996b) recoge la serie completa desde 1970/71 hasta 1995/96. No obstante, se estima que el consumo en los países no productores de la Unión Europea que está aumentando un 13,6% anual, se incrementará en un 350% en el último lustro del milenio (Villa, 1998).

País	España	Italia	Grecia	Portugal	Francia
Producción	578	502	334	41	2
Consumo	461	644	198	49	40
Consumo (kg /habita)	11,4	10,5	18	6,3	0,9

Tabla 12.XIV. Producción y consumo anual de aceite de oliva en países productores de la Unión Europea. Datos en miles de Tm.

Fuente: Gamundi (1997) y series estadísticas (COI, 1996).

País >	Alemania	Dinamarca	Irlanda	Holanda	Reino Unido	Austria	Finlandia	Suecia
Consumo anual	18,5	1,4	1,2	2,4	17,5	1,8	0,4	1,2
Consumo anual kg habitante	0,2	0,3	0,3	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1

Tabla 12.XV. Consumo de aceite de oliva en la Unión Europea. Países no productores
 Datos en miles de Tm. Fuente: Series estadísticas (COI, 1996).

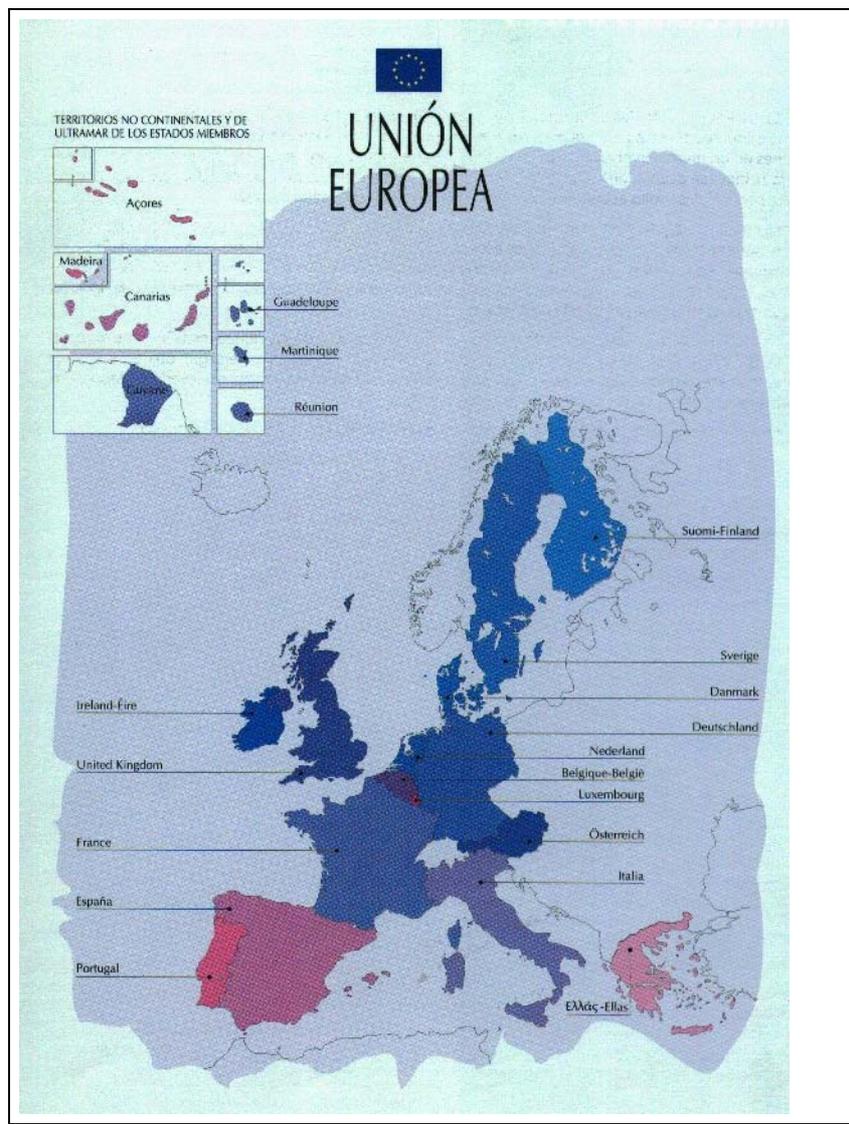


Ilustración 37. La Unión Europea
 Fuente: www.geocities.com/iberoweb/europa_mapa.htm