

Informe de oleo

2013-2014

La producción de aceite de oliva en California se remonta al siglo XVIII y fue impulsada por un franciscano español, Fray Junípero Serra



Misión San Diego de Alcalá (California)



Edita: Deoleo, S.A.

www.deoleo.eu

Diseño: Report Comunicación, S.L.

Edición: junio de 2014.

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la portada y la contraportada, puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna por ningún medio, ya sea electrónico, químico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin permiso previo del editor.

Todos los derechos reservados.

Informe
deoleo
2013-2014

Córdoba, junio de 2014

www.deoleo.eu



Índice

1. Introducción.....	6
2. Tema de actualidad: el mercado de aceite de oliva en Estados Unidos	10
3. Producción y consumos mundiales.....	20
3.1. Visión general	
3.2. España	25
3.2.1. Datos históricos de la campaña 2012/13	
3.2.1.1. Producción	
3.2.1.2. Consumo	
3.2.1.3. Importaciones	
3.2.1.4. Exportaciones	
3.2.1.5. Existencias finales	
3.2.1.6. Precios	
3.2.1.7. Comentario general	
3.2.2. Estimaciones de producción de la campaña 2013/14.....	38
3.2.3. Conclusiones sobre la campaña 2013/14.....	42
3.3. Italia.....	43
3.3.1. Datos históricos de la campaña 2012/13	
3.3.1.1. Producción	
3.3.1.2. Consumo	
3.3.1.3. Importaciones	
3.3.1.4. Exportaciones	
3.3.1.5. Precios	
3.3.1.6. Comentario general	
3.3.2. Estimaciones de producción de la campaña 2013/14.....	48
3.3.3. Conclusiones sobre la campaña 2013/14	48
3.4. Grecia.....	49
3.4.1. Datos históricos de la campaña 2012/13	
3.4.1.1. Producción	
3.4.1.2. Consumo	
3.4.1.3. Importaciones	
3.4.1.4. Exportaciones	
3.4.1.5. Precios	
3.4.1.6. Comentario general	
3.4.2. Estimaciones de producción de la campaña 2013/14.....	53
3.4.3. Conclusiones sobre la campaña 2013/14.....	53



3.5. Túnez	54
3.5.1. Datos históricos de la campaña 2012/13	
3.5.1.1. Producción	
3.5.1.2. Consumo	
3.5.1.1. Importaciones	
3.5.1.1. Exportaciones	
3.5.1.1. Precios	
3.5.1.1. Comentario general	
3.5.2. Estimaciones de producción de la campaña 2013/14.....	56
3.5.3. Conclusiones sobre la campaña 2013/14.....	56
3.6. Otros países de la cuenca mediterránea	57
3.6.1. Datos históricos de la campaña 2012/13	
3.6.1.1. Producción	
3.6.1.2. Exportaciones	
3.6.2. Estimaciones de producción de la campaña 2013/14.....	59
3.7. Otros países: hemisferio sur	60
3.7.1. Datos históricos de la campaña 2012/13	
3.7.1.1. Producción	
3.7.1.2. Exportaciones	
3.7.2. Estimaciones de producción de la campaña 2013/14.....	63
3.8. Otros países de consumo relevante	64
3.8.1. Datos históricos de la campaña 2012/13	
3.8.2. Estimaciones de la campaña 2013/14.....	65
4. Resumen.....	66
4.1. Producción	
4.2. Consumo	
4.3. Importaciones	
4.4. Exportaciones	
4.5. Resumen estimaciones Deoleo	

1. Introducción





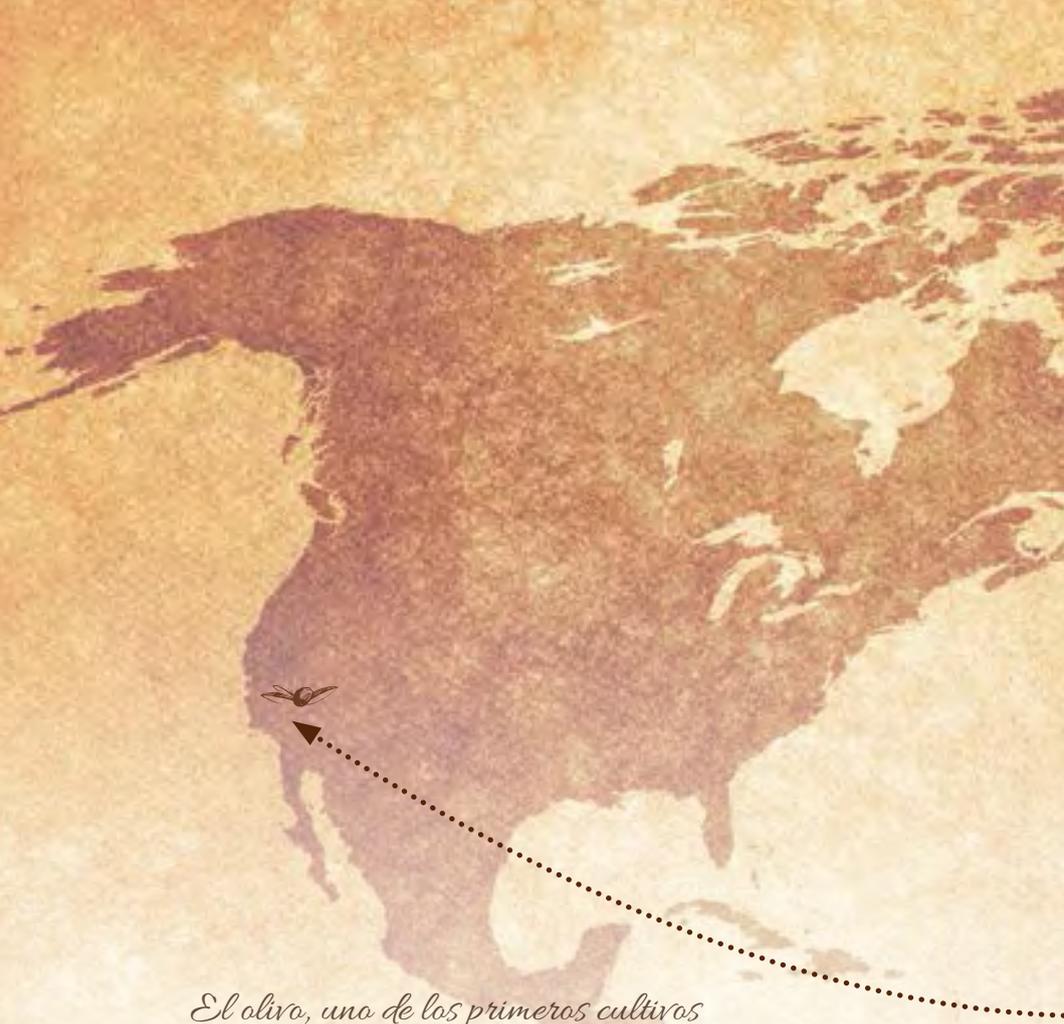
Deoleo presenta su novena edición del Informe Deoleo 2013/2014, que recoge y valora la información de la campaña 2012/13 y realiza una estimación de la presente campaña 2013/14.

En este trabajo aplicamos la mayor exigencia y el máximo rigor en el tratamiento de los datos para ofrecer a nuestros consumidores, clientes y colegas una referencia que ayude a vertebrar un sector tan relevante en los países tradicionalmente productores.

Junto a las valoraciones de la campaña, en esta edición incluimos un artículo de opinión que consideramos necesario para entender el futuro del aceite de oliva en un mercado tan importante como el americano: **“El mercado del aceite de oliva en Estados Unidos”**.

En cuanto a los datos cuantitativos, el informe 2012/2013 mostró unos niveles de producción en España muy inferiores a la media histórica, unas 616.300 Tm, cifra que, durante la campaña 2013/2014, se verá multiplicada casi por tres. Analizamos en este informe la repercusión que pueda tener esta situación en el mercado.

Y, por último, como continuación a lo iniciado el año pasado, realizaremos un seguimiento del resto de países productores de la cuenca mediterránea y del hemisferio sur, así como de aquellos países a nivel mundial más relevantes desde el punto de vista del consumo.



El olivo, uno de los primeros cultivos introducidos por los españoles en América, fue extendiéndose desde California hasta el sur de Chile durante casi 100 años. En torno a 1700, los padres franciscanos, liderados por el mallorquín Fray Junípero Serra, llegaron a California desde San Blas (México) y fundaron la misión de San Diego de Alcalá (cerca de la actual San Diego), donde se empezaron a plantar los primeros olivos...



Misión San Diego de Alcalá en 1848 (California)



Junipero Serra Ferrer

(Petra, Mallorca, España, 24 de noviembre de 1713; Monterrey, California, Estados Unidos, 28 de agosto de 1784) fue un fraile franciscano, doctor en filosofía y teología, evangelizador y fundador de varias misiones de la Alta California, como Los Ángeles, San Francisco, Sacramento y San Diego.



2. Tema de actualidad





El mercado del aceite de oliva en Estados Unidos

Este año dedicamos un capítulo específico del Informe a la situación del mercado norteamericano. Este es probablemente el más importante de todos los mercados de consumo de aceite de oliva, no solo por el volumen, sino también por el nivel de rentabilidad obtenido y las posibilidades de crecimiento que todavía tiene. Y, sin embargo, los retos y amenazas que lo rodean no son del todo comprendidos por los distintos actores de la cadena de valor de la industria del aceite de oliva.

Empecemos con una serie de datos históricos:

IMPORTACIONES EE.UU. 2006-2013					
Año/País	ESPAÑA TN	CUOTA	ITALIA TN	CUOTA	TOTAL
2006/2007	46.363	18%	155.164	59%	262.167
2007/2008	57.369	22%	150.683	57%	264.471
2008/2009	60.673	22%	150.693	54%	276.584
2009/2010	67.363	25%	145.670	54%	272.089
2010/2011	66.285	23%	149.444	51%	292.049
2011/2012	98.850	31%	154.377	49%	316.757
2012/2013	59.000	20%	145.365	49%	298.828
Media	65.129	23%	150.199	53%	283.278

TOTAL EXPORTACIONES ESPAÑA*		
Año/País	ESPAÑA TN	CUOTA
2006/2007	131.703	50%
2007/2008	140.245	53%
2008/2009	143.554	52%
2009/2010	147.482	54%
2010/2011	148.479	51%
2011/2012	183.757	58%
2012/2013	138.951	46%
Media	147.739	52%

*Estimado (ESPAÑA+ITALIA 55%)



El mercado del aceite de oliva en Estados Unidos

Estas cifras muestran que el mercado norteamericano absorbe unas 300.000 toneladas anuales de aceite, lo que lo convierte en el tercer o cuarto mercado en volumen. De ese volumen, España, en promedio, solo suministra el 23% del total, de lo que podría deducirse que la exposición a ese mercado no es tan alta. Sin embargo, si analizamos el flujo de aceite español que es primero exportado a Italia y, una vez elaborado y envasado, reexportado a Estados Unidos, la conclusión es bastante diferente: España suministra aproximadamente un 50% del aceite que se consume en aquel mercado, de forma que una contracción del consumo tendría un efecto notable en la capacidad de dar salida a la producción nacional.

Pero su importancia va más allá del puro volumen, ya que, por las especiales condiciones de aquel mercado, los precios finales de venta son muy superiores a los habituales en los países de origen, lo que da lugar a un “bolsa de rentabilidad” que permite mantener la actividad aunque en otros mercados esta sea muy inferior, o incluso negativa, como ha sido el caso de España en el periodo que va desde agosto de 2012 hasta abril de 2013 (ver página 14-15 de este Informe). Esta peculiaridad, no siempre tenida en cuenta, es esencial y debe ser objeto de reflexión ya que, si este mercado cayera en una situación de destrucción de valor, como ocurre en España e Italia, las consecuencias de nuevo serían imprevisibles.

Debemos, por tanto, estar atentos no solo a los volúmenes comercializados, sino también a la riqueza creada en aquel mercado.

EE.UU.	VENTAS RETAIL ML*	PRECIOS/L (RETAIL)	VENTAS RETAIL M\$	VENTAS FOODSERVICE ML	PRECIO \$/L (FOODSERVICE)	VENTAS FOODSERVICE M\$	TOTAL VENTAS ML	TOTAL VENTAS M\$
2012	144	7,96	1.146	180	3,61	649	324	1.795
2013	141	8,48	1.195	175	3,84	672	316	1.867

La tabla anterior, elaborada sobre una combinación de datos públicos y de estimaciones, nos muestra un escenario en el que la mitad de los volúmenes vendidos en Norteamérica se distribuyen a través del canal *retail* y la otra mitad, a través del canal *food service*; y en un contexto de precios de venta irreconocibles para un operador doméstico español o italiano. En aquel mercado, la distribución, ya sea a través de *retail* o del canal *Horeca*, marca unos márgenes mucho más altos que en España o en Italia, como veremos después, sin que ello suponga un freno al crecimiento de la categoría; las cifras están ahí aunque el consumo per cápita sea bajo.

De hecho, si estudiamos los mercados locales en los que se acumula la mayor parte del consumo en Norteamérica (las dos costas, la zona alrededor de Chicago y Tejas), eliminando las zonas en las que el consumo es marginal, el consumo per cápita en litros es muy superior, y el consumo per cápita en valor se acerca al de los países tradicionales.

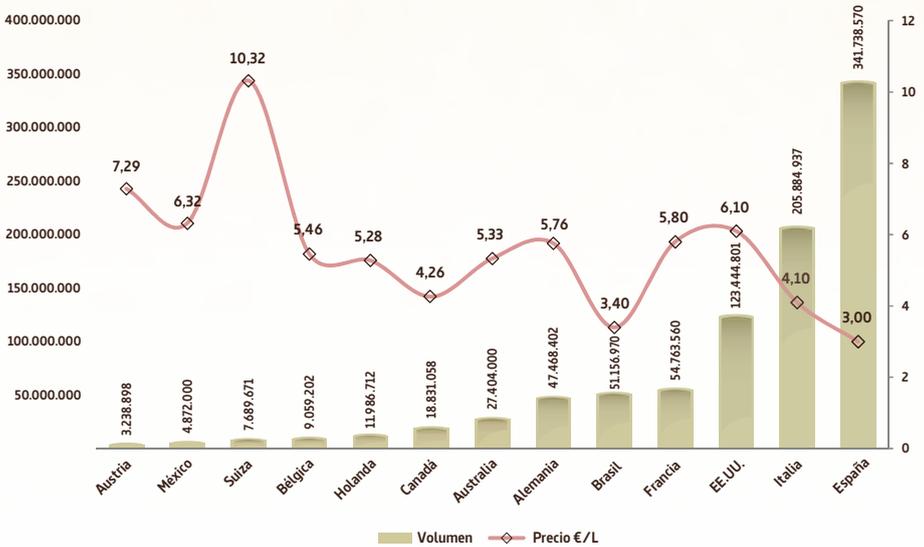


Y es que en el mercado de EE.UU. se produce un efecto singular; su dimensión agregada es muy relevante, pero también lo es la rentabilidad unitaria. Si analizamos otros mercados, todos caen en una de dos categorías:

- O bien son mercados de escaso consumo y alta rentabilidad.
- O bien son mercados de alto consumo y baja rentabilidad.

Solo EE.UU. tiene esa combinación de factores, tal y como se muestra en la tabla siguiente:

Gráfico 1. Volumen de aceite de oliva y precio €/litro por país en 2013



Fuente: Nielsen

Comparando estos datos con los de los dos últimos años, en los que el mercado español y el italiano han estado afectados por una durísima crisis económica y de competencia, podemos ver la diferencia de rentabilidad implícita:

ITALIA	VENTAS RETAIL ML*	PRECIO €/L (RETAIL)	VENTAS RETAIL M€	VENTAS FOODSERVICE (+ALMAZARAS) ML	PRECIO €/L (FOODSERVICE)	VENTAS FOODSERVICE M€	TOTAL VENTAS ML	TOTAL VENTAS M€
2012	227	3,68	835	431	3,12	1.344	658	2.179
2013	213	4,02	856	424	3,41	1.445	637	2.301

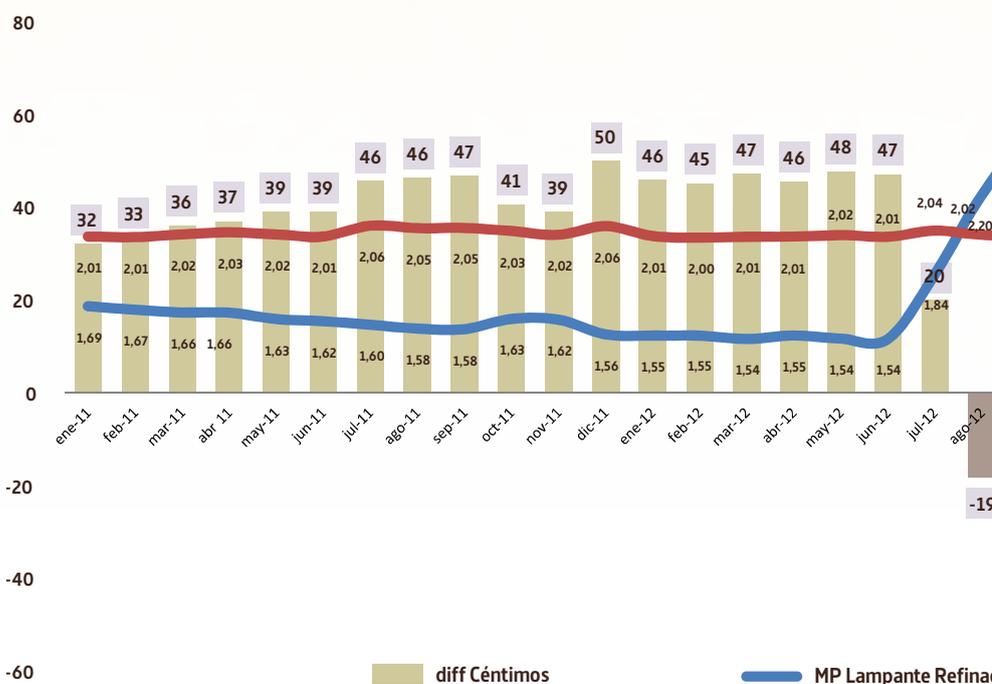
ESPAÑA	VENTAS RETAIL ML*	PRECIO €/L (RETAIL)	VENTAS RETAIL M€	VENTAS FOODSERVICE (+ALMAZARAS) ML	PRECIO €/L (FOODSERVICE)	VENTAS FOODSERVICE M€	TOTAL VENTAS ML	TOTAL VENTAS M€
2012	376	2,45	921	243	2,08	505	619	1.426
2013	358	3,00	1.074	196	2,55	499	554	1.573



El mercado del aceite de oliva en Estados Unidos

Frente a precios de venta al público de más de US\$8 litro, en Italia se manejan entornos de €4 litro; y en España, de €3 litro. Hay factores que ayudan a entender parte de la diferencia, ya que forman parte de la propia estructura del mercado: *mix* de extra vírgenes frente a refinados, por ejemplo, pero, en todo caso, lo esencial es la actitud del *retail* ante la categoría; en Norteamérica el *retail* carga unos márgenes muy altos, frente a una situación en España en la que se trabaja con márgenes negativos con la intención de buscar una acción promocional, de atracción de tráfico,

Gráfico 2. Correlación PVP (sin IVA) MDD Refinados

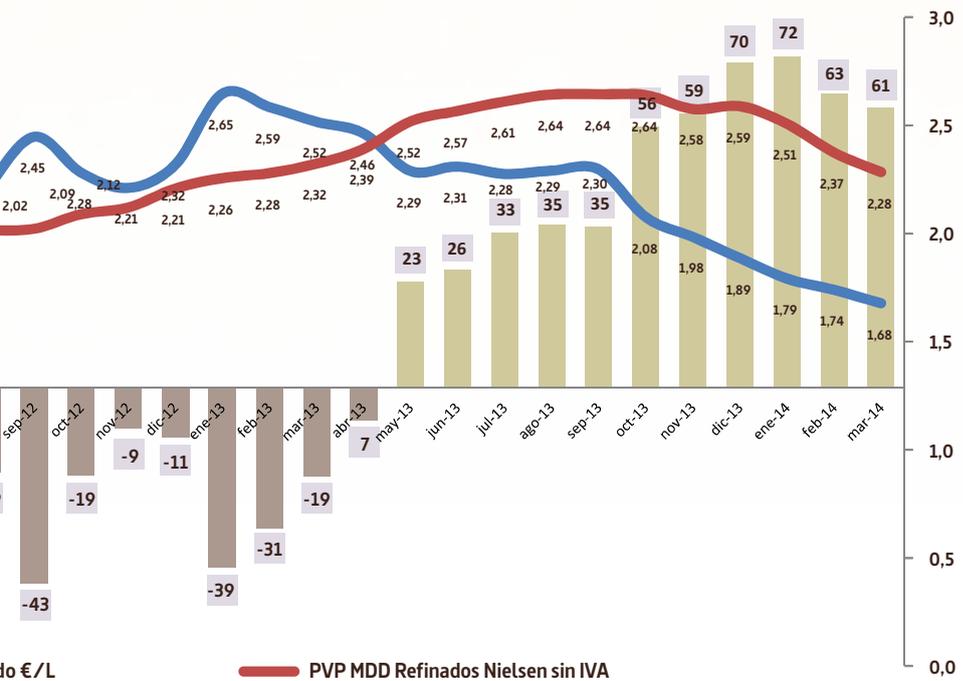




que es tan destructora para la categoría. Por el contrario, en Norteamérica, el aceite de oliva es visto como un producto de valor no solo por el consumidor, sino también por todos los elementos de la cadena.

Para ilustrar este concepto, presentamos un gráfico en las que comparamos el precio de venta al público (PVP), obtenido a través de compañías de análisis de mercado, contra el precio del lampante a granel en origen.

Comparación de Precios con Materia Prima (Lampante Refinado) 2011-2014





El mercado del aceite de oliva en Estados Unidos

Es decir, nuestros socios en la distribución, que son quienes gestionan el PVP, deciden fijar precios que, cuando la barra vertical está en rojo, no cubre ni el coste del aceite a granel, el refinado, el envasado, los sueldos, el envase, la energía, la logística hasta sus almacenes o sus costes internos, ni una mínima previsión de rentabilidad. También podemos inferir que, cuando el diferencial entre los PVP y el coste a granel es inferior a unos 50 céntimos, la distribución hace tan solo una cobertura parcial de los costes del producto para que estos puedan estar a disposición del consumidor, es decir, pierde dinero cada vez que vende un litro, lo que genera que todos los precios y márgenes de la categoría estén “comprimidos”, destruyendo así valor e impidiendo un crecimiento sano.

Por eso, podemos asegurar que el mercado norteamericano es muy relevante para el sector, no solo por su dimensión, que es muy significativa, sino también porque maneja unos parámetros de rentabilidad que permiten que, además de dar salida a la producción en origen, también se financien desarrollos, innovaciones, comunicación y otros factores que tienen un efecto de tirón en toda la cadena de valor.

Tras este análisis, debemos analizar los retos, oportunidades y amenazas al futuro del mercado norteamericano de aceite de oliva, que estará definido por la evolución de dos bloques de temas: unos comerciales, relacionados con el proceso de desarrollo y maduración del mercado; y otros que serán consecuencia de la acción de *lobby* que hoy marca la agenda del sector en ese país.

En primer lugar, debemos seguir la evolución comercial del mercado. El desarrollo del consumo de aceite de oliva en el mercado norteamericano es un ejemplo de éxito. En todo caso, el crecimiento muestra síntomas de desaceleración e incluso hay periodos de caída del consumo coincidiendo con cambios bruscos de precios, así como una mayor sensibilidad a las evoluciones de los precios de referencia. Mirando hacia el futuro, será importante:

- Valorar las causas del estancamiento del crecimiento o incluso caída del consumo.
- Entender la forma en la que el consumidor americano percibe el producto, su uso y sus características culinarias en comparación con otros tipos de aceites y grasas que hoy forman parte de su uso culinario.
- Estar atentos a lo que el consumidor demanda, sin tratar de imponerle nuestros gustos o tradiciones; estar abiertos a crear nuevas categorías o desarrollos.



- Vigilar el desarrollo de formatos y canales destructores de valor: marca blanca y *Club Store*.
- Asumir la aparición y desarrollo de productores locales con propuestas frescas que les harán ganar espacio en el lineal y en la cartera de gasto de nuestros consumidores.
- Anticipar un creciente número de envasadores locales que localizan en EE.UU. un margen de contribución que antes quedaba en los países tradicionales.
- Dado que la normativa no impide, o al menos no persigue, las mezclas de oliva con otras grasas vegetales, se produce una “dilución” del consumo de oliva, fundamentalmente en el canal *food service*.
- Prácticas incorrectas por parte de algunos operadores de fuera de la UE, aunque también envasadores comunitarios, que generan parámetros de competencia distorsionados.
- Estudiar la reacción de otros aceites vegetales que quieren apropiarse del valor salud tan relevante hasta ahora para el desarrollo de nuestra categoría. Aquí debemos prestar especial atención a los movimientos que recientemente están ejecutando operadores de aceite de canola (colza) o maíz, aceites con grandes valores nutricionales y de salud pero que en su desarrollo tratan de utilizar argumentos de comparación contra el aceite de oliva.



El mercado del aceite de oliva en Estados Unidos

En segundo lugar, es importante hacer seguimiento de la acción de un *lobby* local patrocinado fundamentalmente por inversores españoles que desarrollaron una explotación oleícola en el norte de California con unas expectativas de rentabilidad que no parece previsible que se cumplan dado el exceso de inversión acometido. Un aspecto curioso es que uno de esos accionistas es uno de los más importantes proveedores de plántones de olivo, lo que supone una curiosa forma de atacar a sus propios clientes.

Estos inversores reivindican precios más altos para el aceite y acusan a los exportadores españoles de fraude, adulteración, *dumping* o ayudas de Estado; y buscan desarrollar un estándar específico fuera del patrón COI, establecer barreras técnicas al comercio de aceite de oliva y denigrar los aceites provenientes de los países tradicionalmente productores. Es llamativo que se quejen de precios cuando la referencia del PVP en EE.UU es de US\$8 por litro, mientras en España es de €3 y en Italia, de €4; deberían venir a competir a este lado del Atlántico para conocer lo que es competencia dura.

Estas campañas han producido impactos en todos los niveles y han generado incertidumbre: los clientes tienen dudas y las autoridades americanas han emitido un informe en un tono muy negativo, todo ello en beneficio de otros aceites vegetales como la colza (canola) o el maíz, que están mostrando un crecimiento que antes era característico del aceite de oliva.

El sector, desde el más pequeño olivarero al mayor envasador, debe ser muy consciente de que esta amenaza afecta a todos, no solo a los que venden directamente en Norteamérica.



Conclusiones

El mercado norteamericano está listo para recibir más aceite, solo hay que encontrar la forma de hacerlo: nuevos usos y momentos de consumo; trabajar sobre la sustitución de otras grasas menos saludables o sabrosas; mejorar la distribución; hacer probar el producto a nuevos consumidores y convencerles para que repitan, en definitiva, se trata de construir mercados, no de colocar volúmenes.

Los productores, toda la cadena, debemos hacer un ejercicio de responsabilidad y trabajar en mejorar la calidad y la competitividad de nuestros aceites, esto es, hacerlos más accesibles, pero también debemos señalar a los “garbanzos negros”, que, siendo los menos, generan malos ejemplos que luego son usados contra todo el sector.

El reto, las oportunidades, las amenazas, son de todos: desde el más pequeño agricultor español a la cooperativa más potente; del corredor al envasador; del que vende cisternas para su envasado local a aquellos que tratan de desarrollar el marketing más sofisticado. Y, por supuesto, de las autoridades, que tienen que ejercer su papel.

Estados Unidos es la tierra de las oportunidades, pero también es un mercado cruel para los que no están dispuestos a pelear.



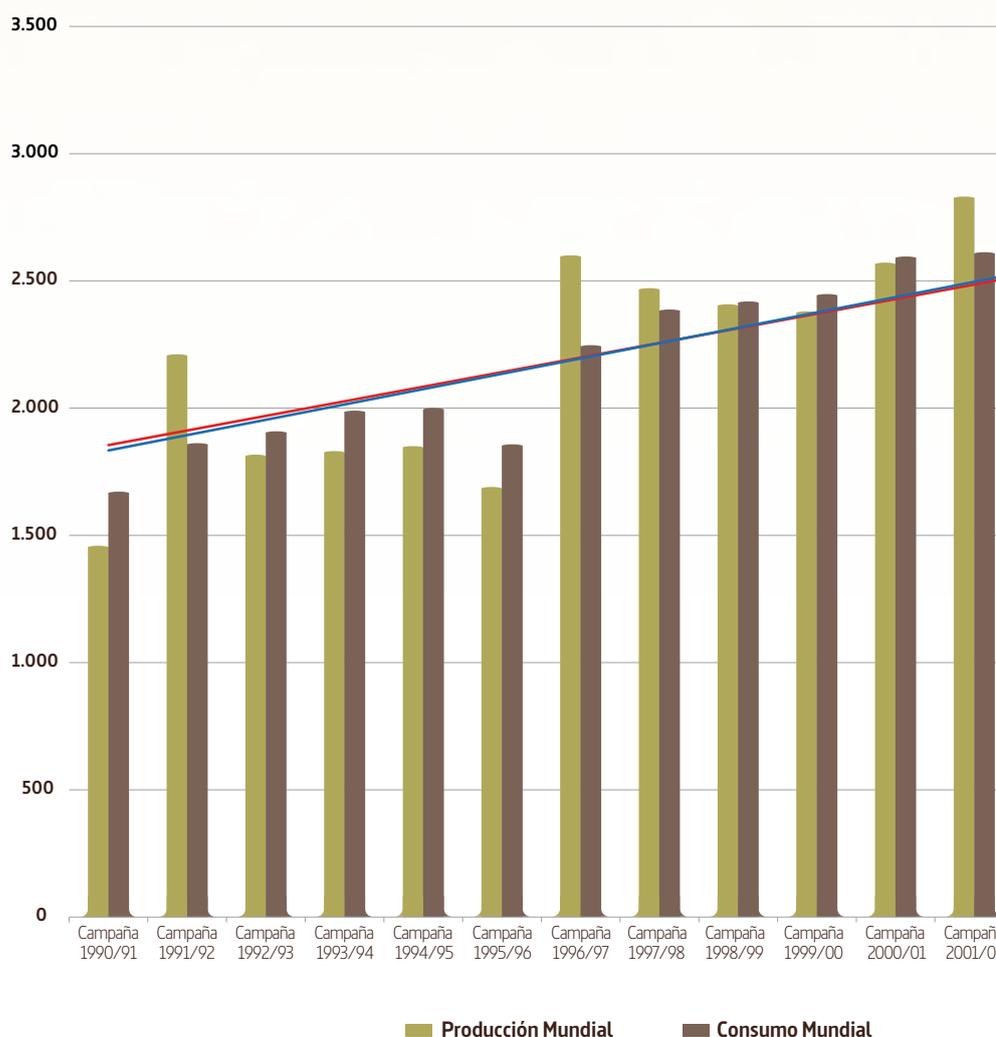


3. Producción y consumo mundial

3.1. Visión general

El Consejo Oleícola Internacional (COI) aportó unos datos provisionales correspondientes a la campaña 2012/13 que reflejan una producción global de 2.425.400 toneladas que, con un descenso del 27% respecto a la campaña anterior, supone la menor cosecha desde el año 1999. En cambio, el consumo mundial apenas varió, pasando de 3.085.800 toneladas en 2011/12 a 3.041.000 toneladas en 2012/13.

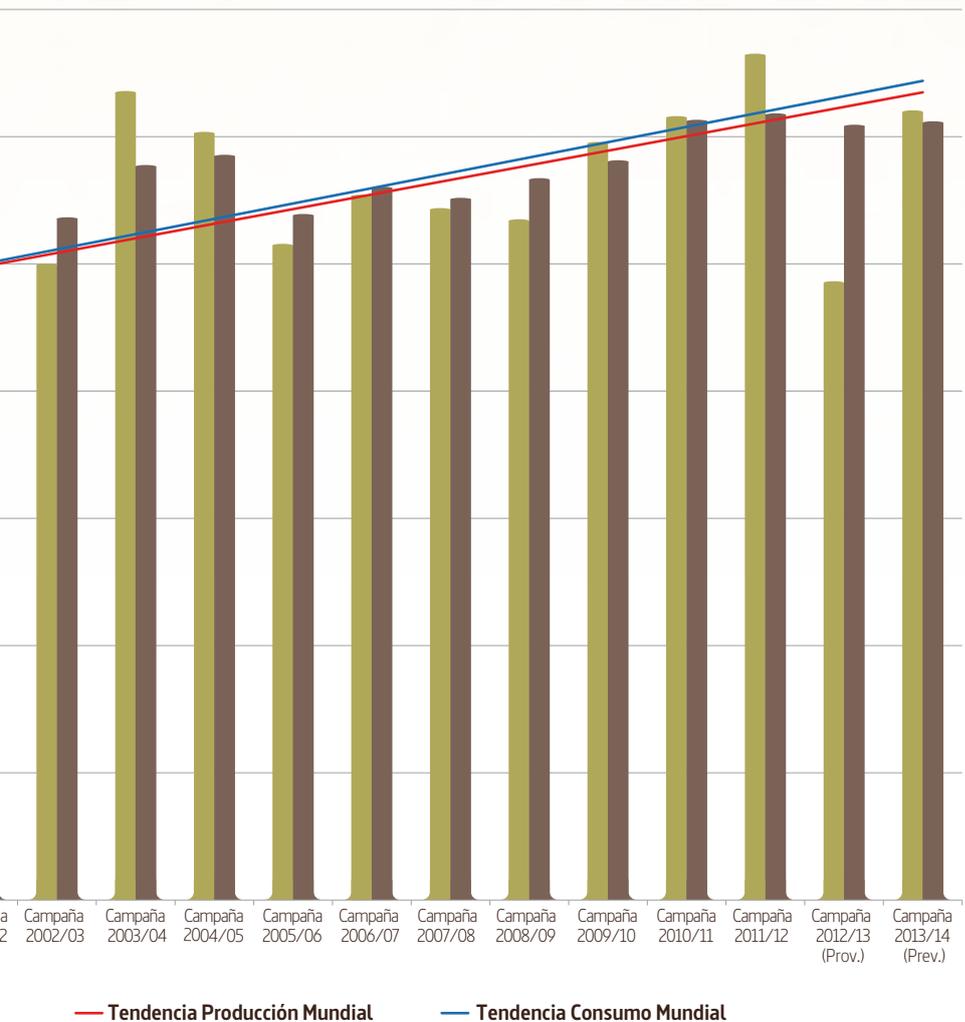
Gráfico 3. Producción y consumo mundial de aceite de oliva (en miles de Tm)





El principal motivo de la drástica caída en la producción mundial es la pobre cosecha española, que se situó en 618.200 toneladas, frente a la cosecha récord de 1.615.000 toneladas del año anterior.

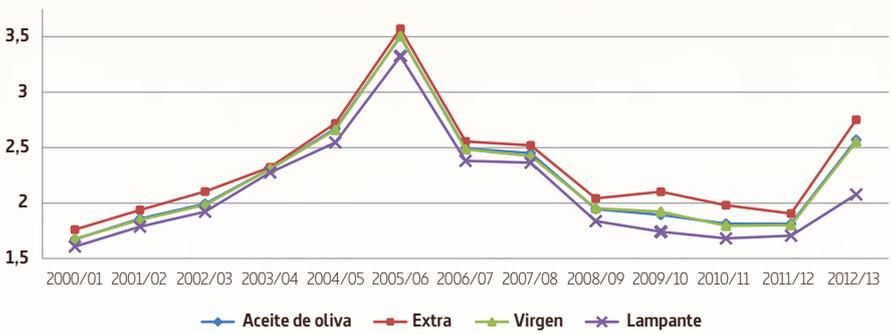
El único país que incrementó de manera significativa su consumo fue España, que, tras la fuerte caída el año anterior, recuperó niveles cercanos a los de Italia, situándose en 580.000 toneladas.



Fuente: Consejo Oleícola Internacional (noviembre 2013)

El mercado español de aceite de oliva sigue siendo, sin duda, el referente mundial en cuanto a precios, calidad y producción. En este sentido, es importante resaltar la evolución de precios acaecida durante las últimas 14 campañas, donde el precio medio ha estado en 2,20 €/Kg, con variaciones desde los 1,67 €/Kg de la campaña 2000/2001 hasta los 3,5 €/Kg de la campaña 2005/2006. Cabe resaltar que el precio medio de la campaña 2012/2013 fue de 2,5 €/Kg.

Gráfico 4. Precios medios anuales de aceite de oliva por categorías en España (en €/kg)



Fuente: Poolred



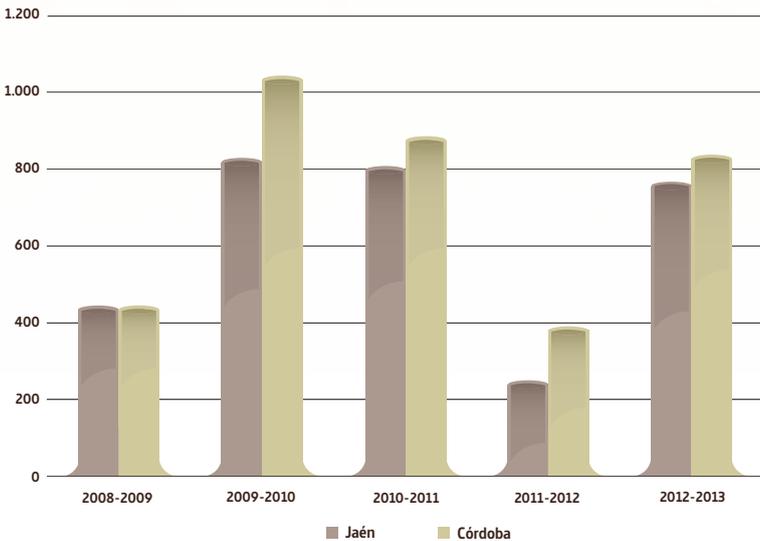
3.2.1. Datos históricos de la campaña 2012/13

3.2.1.1. Producción

La campaña 2012/13, desde el 1 de octubre de 2012 al 30 de septiembre de 2013, comenzó con un récord histórico de existencias de 692.500 toneladas, un 46% superior al enlace del año anterior. La producción, en cambio, cayó drásticamente a niveles no vistos en la última década, situándose en 618.200 toneladas, lo que supone un 38% de la cosecha 2011/12.

Tal y como reflejan los datos de pluviometría, se observa la estrecha correspondencia entre el bajo nivel de precipitaciones durante el año agrícola 2011/12, que, en el caso de Jaén, llegó a niveles propios de climas muy secos. En cambio el nivel de precipitaciones del año agrícola 2012/13 en las principales zonas productoras fue superior a sus respectivas medias anuales, por lo que, para la campaña 2013/14, no se esperaban limitaciones en el potencial productivo por necesidades hídricas.

Gráfico 5. Pluviometría en Córdoba y Jaén - (En mm.)



Fuente: estaciones agroclimáticas de la Junta de Andalucía

Los niveles de molturación cayeron igualmente a cotas de 3.340.135 toneladas de aceitunas en la campaña 2012/13, lo que supuso un descenso del 56,27% respecto de las 7.637.909 toneladas alcanzadas en 2011/12. En cuanto a la cifra de rendimiento graso medio, también sufrió un considerable descenso desde el 21,07% de la campaña anterior al 18,35% la campaña 2012/13, según los datos de la Agencia Aceite de Oliva (AAO).



Si bien Jaén y Córdoba son las principales regiones productoras del planeta, en esta cosecha los factores climáticos provocaron que, en su conjunto, no superasen las 283.000 toneladas (Jaén, 142.210 toneladas; Córdoba, 139.919 toneladas). Andalucía aportó un total de 478.886 toneladas, esto es, el 77,46% de la producción nacional y el 20,95% de la producción mundial.

Tabla: Principales zonas de producción

JAÉN	CÓRDOBA	SEVILLA	RESTO ANDALUCÍA	RESTO ESPAÑA	RESTO MUNDO
142.210	139.919	77.622	119.135	139.387	1.806.727

Fuente: Agencia Aceite de Oliva (AAO) – (En miles de Tm)

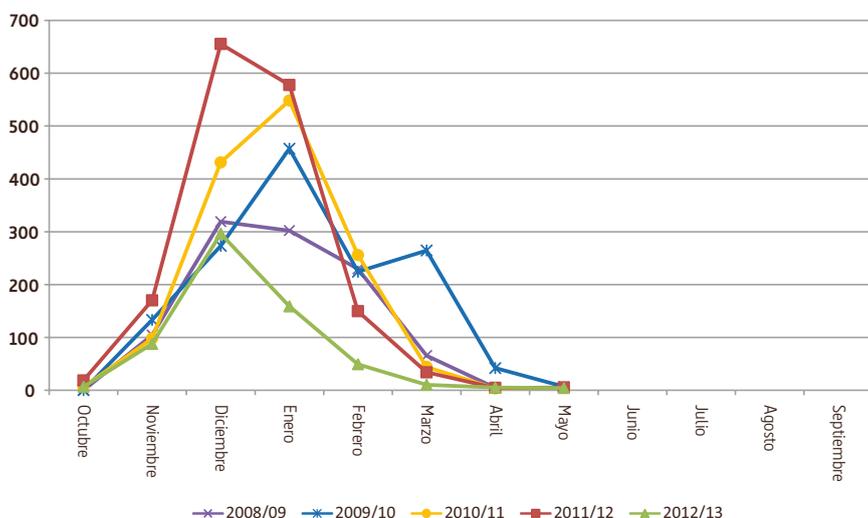
Como es habitual, los meses más productivos fueron diciembre y enero, según se recoge a continuación.

Tabla: producción España

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	Ø 5 campañas
Octubre	0	0	6,3	18,6	6,6	6
Noviembre	104,4	133,1	97,8	170,2	87,7	118,6
Diciembre	319,1	273,3	431,3	655,4	296,3	395,1
Enero	302,2	457,2	548,4	577,8	158,9	408,9
Febrero	229,5	224,3	255,8	149,4	49,1	181,6
Marzo	65,7	264,5	44	33,9	10,3	83,7
Abril	4,7	42	3,6	4,4	5,1	12,0
Mayo	4,4	7,1	4,7	5,3	4,2	5,1
Junio						
Julio						
Agosto						
Septiembre						
TOTAL	1.030	1.401,5	1.391,9	1.615	618,2	1.211,3

Fuente: (AAO)

Gráfico 6. Producción España



Fuente: AAO (En miles de Tm)



3.2.1.2. Consumo

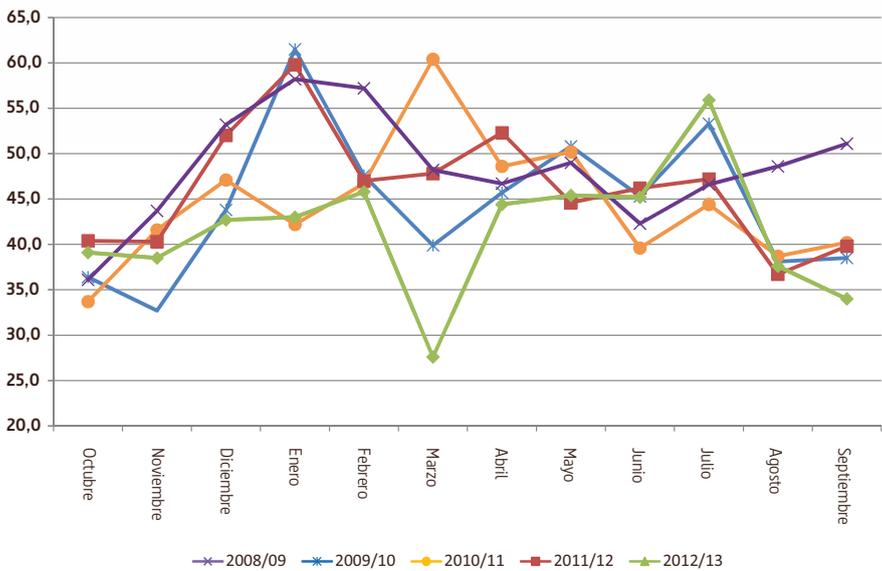
Rompiendo con la racha alcista de los últimos años, el consumo nacional (consumo doméstico, HORECA y granel) cayó a 499.200 toneladas, esto es, un descenso del 14% respecto al año anterior y un 8% respecto a la media de las últimas cinco campañas.

Tabla: consumo España

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	Ø 5 campañas
Octubre	36,4	33,7	40,4	36,1	39,1	37,1
Noviembre	32,7	41,6	40,3	43,7	38,5	39,4
Diciembre	43,8	47,1	52	53,2	42,7	47,8
Enero	61,5	42,2	59,8	58,2	43,0	52,9
Febrero	47,6	46,7	47	57,2	45,8	48,9
Marzo	39,9	60,4	47,8	48,2	27,6	44,8
Abril	45,7	48,6	52,3	46,7	44,4	47,5
Mayo	50,8	50,2	44,6	49	45	48
Junio	45,3	39,6	46,2	42,3	45,2	43,7
Julio	53,3	44,4	47,2	46,6	55,9	49,5
Agosto	38,1	38,7	36,7	48,6	37,6	39,9
Septiembre	38,5	40,2	39,8	51,1	34,0	40,7
TOTAL	533,6	533,4	554,1	580,9	499,2	540,2

Fuente: (AAO) (En miles de Tm)

Gráfico 7. Consumo España



Fuente: AAO (En miles de Tm)



3.2.1.3. Importaciones

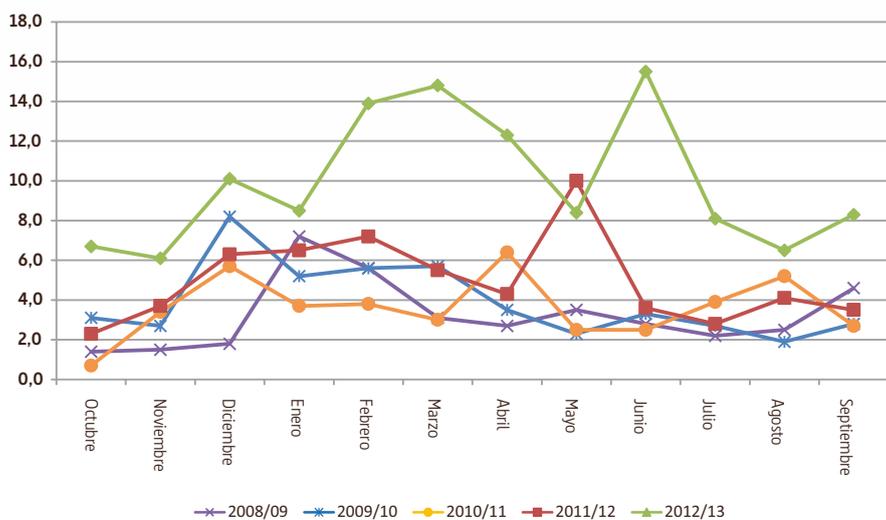
A lo largo de esta campaña las importaciones se duplicaron respecto a la cosecha anterior con el fin de compensar la extrema caída de la producción. Alcanzaron un total de 119.200 toneladas.

Tabla: importaciones España

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	Ø5 campañas
Octubre	1,4	3,1	0,7	2,3	6,7	2,8
Noviembre	1,5	2,7	3,4	3,7	6,1	3,5
Diciembre	1,8	8,2	5,7	6,3	10,1	6,4
Enero	7,2	5,2	3,7	6,5	8,5	6,2
Febrero	5,6	5,6	3,8	7,2	13,9	7,2
Marzo	3,1	5,7	3	5,5	14,8	6,4
Abril	2,7	3,5	6,4	4,3	12,3	5,8
Mayo	3,5	2,3	2,5	10	8	5
Junio	2,8	3,3	2,5	3,6	15,5	5,5
Julio	2,2	2,7	3,9	2,8	8,1	3,9
Agosto	2,5	1,9	5,2	4,1	6,5	4,0
Septiembre	4,6	2,8	2,7	3,5	8,3	4,4
TOTAL	38,9	47	43,5	59,8	119,2	61,7

Fuente: (AAO) (En miles de Tm)

Gráfico 8. Importaciones España



Fuente: AAO (En miles de Tm)



3.2.1.4. Exportaciones

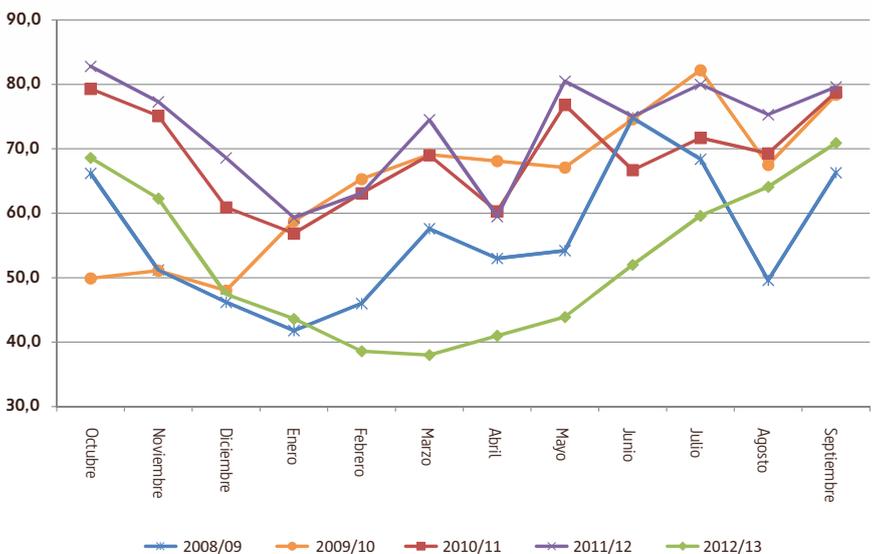
Como consecuencia de la baja disponibilidad de aceite en España, las exportaciones cayeron en este periodo a niveles de 630.000 toneladas, un 28% menos que en 2011/12, rompiendo así la racha alcista de los últimos años.

Tabla: exportaciones España

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	Ø5 campañas
Octubre	66,2	49,9	79,3	82,8	68,6	69,4
Noviembre	51,2	51,1	75,1	77,3	62,3	63,4
Diciembre	46,2	48	60,9	68,6	47,4	54,2
Enero	41,8	58,8	56,9	59,3	43,6	52,1
Febrero	46	65,3	63,1	63,1	38,6	55,2
Marzo	57,6	69,1	69	74,5	38,0	61,6
Abril	53	68,1	60,3	59,5	41,0	56,4
Mayo	54,2	67,1	76,8	80,5	43,9	64,5
Junio	74,8	74,6	66,7	75	52	69
Julio	68,4	82,2	71,7	80	60	72
Agosto	49,6	67,5	69,3	75,3	64,1	65,2
Septiembre	66,3	78,4	78,8	79,6	70,9	74,8
TOTAL	675,3	780,1	827,9	875,5	630,0	757,8

Fuente: (AAO) (En miles de Tm)

Gráfico 9. Exportaciones España



Fuente: AAO (En miles de Tm)



3.2.1.5. Existencias finales

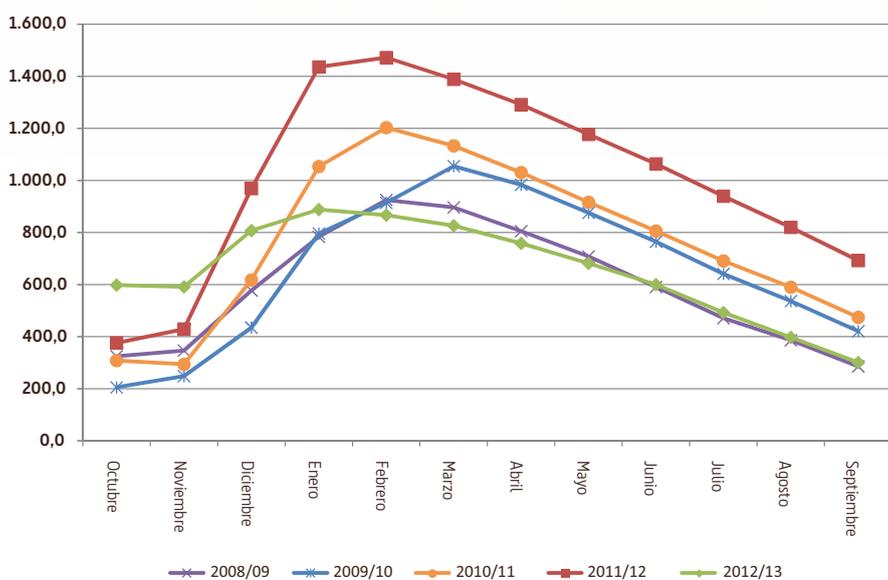
El resultado del balance final de existencias arrojó una cifra de enlace de 300.700 toneladas, un 57% inferior al de la campaña anterior, pero suficiente para que no se produjeran excesivas tensiones en el mercado debido a falta de oferta. De esta cifra, 183.500 toneladas se acumulaban en almazaras; 14.000 toneladas, en el Patrimonio Comunal Olivarero; y 103.200 toneladas estaban en manos de envasadores.

Tabla: existencias finales España

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	ø5 campañas
Octubre	324,5	205,2	308	376,1	598,1	362,4
Noviembre	346,5	248,3	293,8	429	591	382
Diciembre	577,4	434,7	617,9	968,9	807,4	681,3
Enero	783,5	796,1	1.053,3	1.435,7	888,2	991,4
Febrero	925	914	1.202,8	1.472	867	1.076
Marzo	896,3	1.054,7	1.133	1.388,7	826,3	1.059,8
Abril	805	983,5	1.030,4	1.291,2	758,3	973,7
Mayo	707,9	875,6	916,2	1.177	682	872
Junio	590,6	764,7	805,8	1.063,3	599,9	764,9
Julio	471,1	640,8	690,8	939,5	492,5	646,9
Agosto	385,9	536,5	590	819,7	397,3	545,9
Septiembre	285,7	420,7	474,1	692,5	300,7	434,7

Fuente: (AAO) (En miles de Tm)

Gráfico 10. Existencias finales España



Fuente: AAO (En miles de Tm)



3.2.1.6. Precios

La disponibilidad total de aceite de oliva en España para esta campaña fue de 1.429.900 toneladas, un 33% inferior a los 2.148.900 toneladas de la cosecha anterior. A pesar de ser una cantidad suficiente para cubrir unas necesidades totales de aceite de 1.129.300 toneladas (499.200 toneladas de consumo total y 630.000 toneladas dedicadas a la exportación), se apreciaron tensiones en los precios a lo largo de la campaña.

Los precios comenzaron con subidas muy fuertes, hasta los 2,52 €/Kg para el virgen extra, 2,44 €/Kg para el virgen y 2,41 €/Kg para el lampante, marcando máximos de los últimos cinco años. A comienzos de 2013 se tocaron máximos cuando se confirmó la escasa cosecha para ese año, llegando a los 2,96 €/Kg para el extra, 2,85 €/Kg para el virgen y 2,70 €/kg para el lampante. A partir de este punto, los precios se fueron relajando suavemente ante el convencimiento de que había existencias totales más que suficientes para cubrir las necesidades del mercado.

Los precios medios ponderados de cada categoría a lo largo de la campaña fueron de 2,75 €/Kg para el virgen extra, 2,55 €/Kg para el virgen y 2,08 €/Kg el lampante. Esto supone un fuerte incremento con respecto a la cosecha anterior: 44% en virgen extra, 42% para virgen y 22% para lampantes.

A diferencia de la campaña precedente, la volatilidad de los precios fue muy baja, en concreto, de un 18% para virgen extra y un 20% tanto para virgen como lampante.



Tabla: evolución de precios del **aceite de oliva virgen extra** en España

	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
Octubre	2,771	2,313	3,884	2,655
Noviembre	2,333	2,302	3,860	2,627
Diciembre	2,142	2,359	4,012	2,535
Enero	2,093	2,575	4,246	2,501
Febrero	2,293	2,691	4,178	2,603
Marzo	2,469	2,753	3,911	2,709
Abril	2,652	2,749	3,558	2,714
Mayo	2,667	2,797	3,202	2,584
Junio	2,548	2,790	3,062	2,471
Julio	2,546	2,917	3,150	2,378
Agosto	2,401	3,333	3,140	2,343
Septiembre	2,293	3,645	2,792	2,390
Ø pond.campaña	2,323	2,718	3,571	2,556
Inc. vs. C.A.	10,4%	17,0%	31,4%	-28,4%
base 100 = 2003/04	100,0	117,0	153,7	110,0
TACC 2002/04-12/13				
Volatilidad vs. Mínimo	-9,9%	-15,3%	-21,8%	-8,3%
Volatilidad vs. Máximo	19,3%	34,1%	18,9%	6,2%
Volatilidad Total	29,2%	49,4%	40,7%	14,5%

Fuente: Poolred

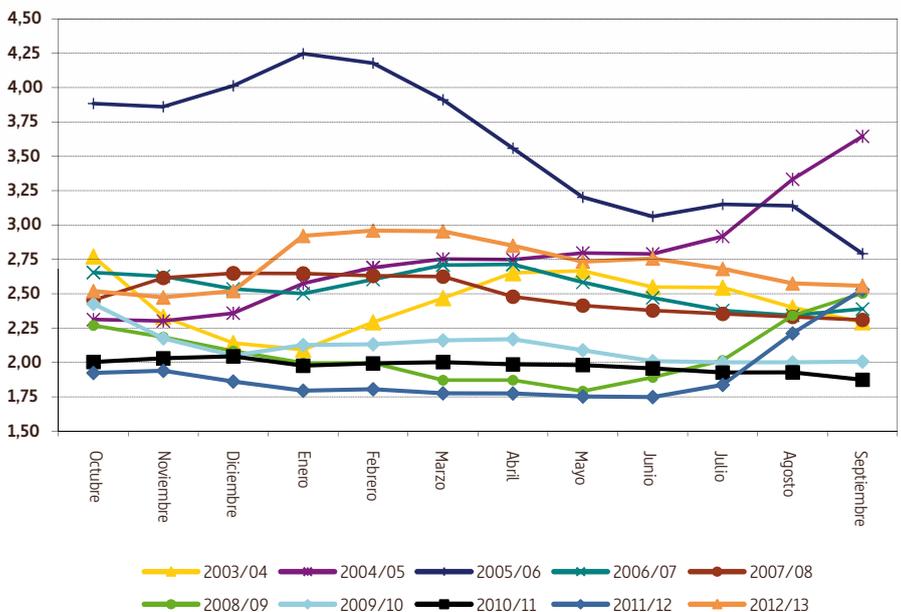




En € / kgr.

2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
2,454	2,270	2,427	2,004	1,924	2,520
2,615	2,186	2,176	2,031	1,940	2,474
2,649	2,084	2,050	2,045	1,862	2,520
2,647	1,997	2,128	1,977	1,795	2,921
2,631	1,997	2,132	1,994	1,806	2,960
2,625	1,872	2,162	2,003	1,776	2,954
2,479	1,872	2,170	1,987	1,775	2,850
2,414	1,792	2,089	1,982	1,753	2,733
2,378	1,892	2,010	1,957	1,749	2,757
2,354	2,016	2,002	1,927	1,838	2,681
2,332	2,342	2,002	1,929	2,212	2,576
2,310	2,503	2,007	1,875	2,530	2,558
2,520	2,043	2,102	1,981	1,905	2,723
-1,4%	-19,0%	2,9%	-5,8%	-3,8%	42,9%
108,5	87,9	90,5	85,3	82,0	117,2
					1,6%
-8,4%	-12,3%	-4,8%	-5,4%	-8,2%	-9,2%
5,1%	22,5%	15,4%	3,2%	32,8%	8,7%
13,4%	34,8%	20,2%	8,6%	41%	18%

Gráfico 11. Evolución de precios del aceite de oliva virgen extra en España



Fuente: Poolred



Tabla: evolución de precios del **aceite de oliva virgen** en España

	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
Octubre	2,594	2,250	3,878	2,592
Noviembre	2,395	2,196	3,755	2,554
Diciembre	2,008	2,325	4,023	2,419
Enero	2,026	2,560	4,162	2,449
Febrero	2,254	2,661	4,092	2,567
Marzo	2,429	2,722	3,785	2,666
Abril	2,631	2,706	3,356	2,650
Mayo	2,612	2,742	3,091	2,487
Junio	2,496	2,723	2,984	2,334
Julio	2,458	2,876	3,095	2,295
Agosto	2,344	3,196	3,082	2,281
Septiembre	2,240	3,645	2,748	2,337
Ø pond.campaña	2,308	2,660	3,506	2,485
Inc. vs. C.A.	16,4%	15,2%	31,8%	-29,1%
base 100 = 2003/04	100,0	115,2	151,9	107,7
TACC 2002/04-12/13				
Volatilidad vs. Mínimo	-13%	-17,4%	-21,6%	-8,2%
Volatilidad vs. Máximo	14%	37%	18,7%	7,3%
Volatilidad Total	27%	54,5%	40,3%	15,5%

Fuente: Poolred

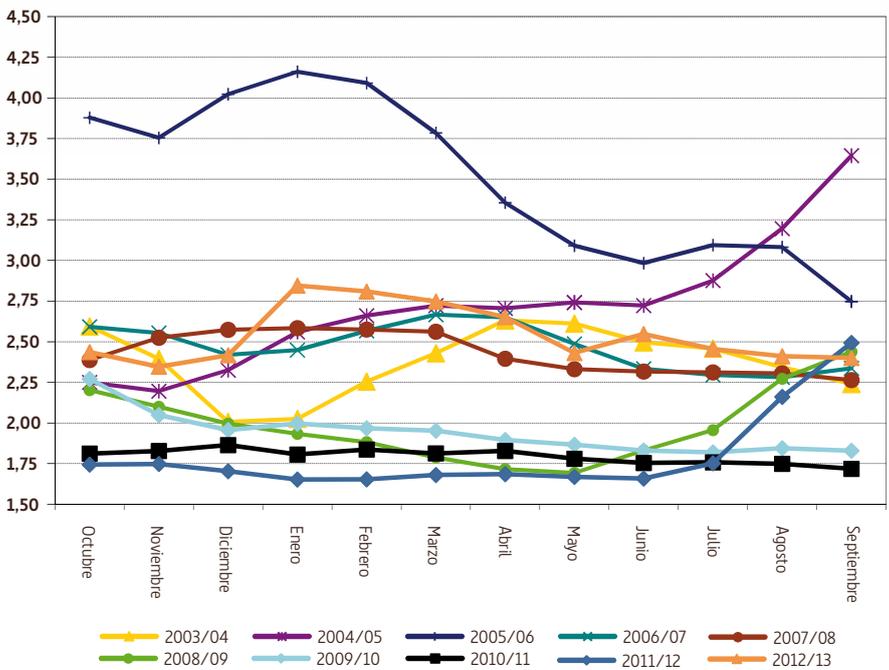




En € / kgr.

2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
2,388	2,202	2,271	1,812	1,744	2,436
2,525	2,100	2,049	1,828	1,748	2,346
2,573	1,996	1,956	1,864	1,703	2,417
2,584	1,934	1,996	1,806	1,652	2,846
2,575	1,882	1,967	1,837	1,653	2,809
2,562	1,788	1,952	1,813	1,680	2,748
2,395	1,716	1,896	1,828	1,685	2,652
2,331	1,693	1,866	1,780	1,668	2,431
2,317	1,831	1,830	1,754	1,658	2,547
2,311	1,956	1,819	1,758	1,752	2,455
2,306	2,272	1,845	1,749	2,161	2,411
2,264	2,438	1,829	1,718	2,493	2,401
2,424	1,954	1,923	1,795	1,802	2,553
-2,4%	-19,4%	-1,6%	-6,7%	0,4%	41,7%
105,0	84,6	83,3	77,8	78,1	110,6
					1,0%
-6,6%	-13,3%	-5,4%	-4,3%	-8,3%	-8,1%
6,6%	24,8%	18,1%	3,9%	38,3%	11,4%
13,2%	38,1%	23,5%	8,2%	46,7%	19,6%

Gráfico 12. Evolución de precios del aceite de oliva virgen en España



Fuente: Poolred



Tabla: evolución de precios del **aceite de oliva lampante (base 1º)** en España

	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
Octubre	2,383	2,192	3,850	2,543
Noviembre	2,298	2,137	3,597	2,455
Diciembre	1,967	2,231	3,621	2,268
Enero	1,959	2,466	4,065	2,298
Febrero	2,203	2,549	3,853	2,470
Marzo	2,370	2,645	3,675	2,578
Abril	2,541	2,662	3,152	2,556
Mayo	2,521	2,648	3,009	2,391
Junio	2,448	2,640	2,884	2,276
Julio	2,407	2,771	2,970	2,231
Agosto	2,356	3,080	2,974	2,257
Septiembre	2,196	3,561	2,580	2,297
Ø pond.campaña	2,276	2,547	3,324	2,381
Inc. vs. C.A.	18,4%	11,9%	30,5%	-28,4%
base 100 = 2003/04	100,0	111,9	146,1	104,6
TACC 2002/04-12/13				
Volatilidad vs. Mínimo	-13,9%	-16,1%	-22,4%	-6,3%
Volatilidad vs. Máximo	11,7%	39,8%	22,3%	8,3%
Volatilidad Total	25,6%	55,9%	44,7%	14,5%

Fuente: Poolred

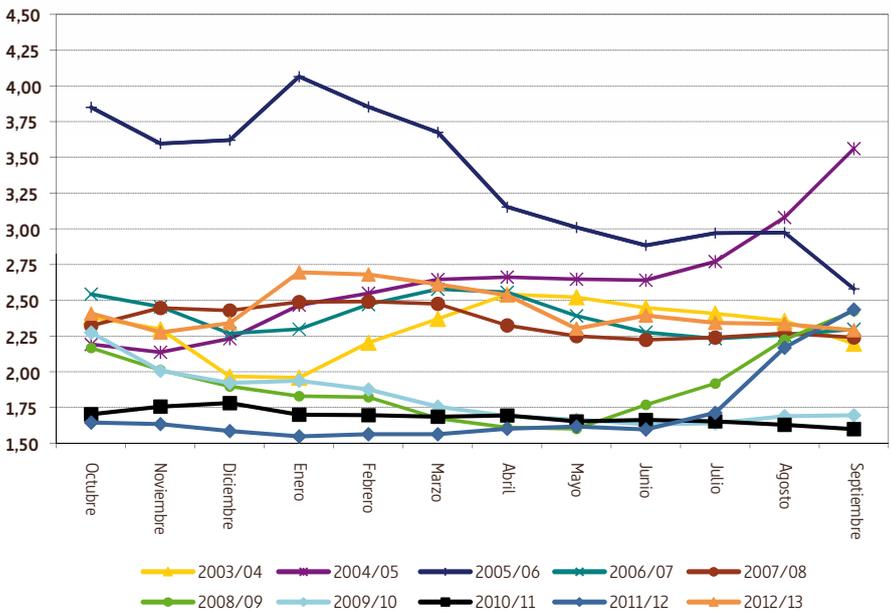




En € / kgr.

2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
2,322	2,167	2,274	1,703	1,645	2,407
2,446	2,012	2,006	1,756	1,634	2,275
2,429	1,897	1,922	1,781	1,585	2,340
2,488	1,829	1,936	1,700	1,548	2,696
2,491	1,822	1,876	1,696	1,563	2,680
2,475	1,673	1,756	1,685	1,563	2,612
2,324	1,610	1,689	1,694	1,601	2,536
2,249	1,601	1,665	1,653	1,616	2,301
2,223	1,769	1,632	1,663	1,596	2,394
2,239	1,917	1,639	1,653	1,712	2,342
2,269	2,225	1,689	1,629	2,168	2,334
2,240	2,425	1,695	1,599	2,435	2,291
2,364	1,838	1,742	1,681	1,706	2,078
-0,7%	-22,3%	-5,2%	-3,5%	1,5%	21,8%
104	80,7	76,5	73,9	75,0%	91,3%
					-0,9%
-6%	-12,9%	-6,3%	-4,9%	-9,3%	9,5%
5,4%	32%	30,6%	5,9%	42,7%	29,8%
11,3%	44,9%	36,9%	10,8%	52,0%	20%

Gráfico 13. Evolución de precios del aceite de oliva lampante (base 1º) en España



Fuente: Poolred



3.2.1.7. Comentario general

La campaña 2012/13 rompió la racha de buenas cosechas y precios estables de los últimos años debido a condiciones meteorológicas adversas, por lo que, aunque la cosecha se situó en 618.200 toneladas, el enlace de campaña de 692.500 toneladas hizo que la disponibilidad total fuese más que suficiente para cubrir las necesidades del mercado. A pesar de ello, los precios subieron a cotas no vistas en los últimos cinco años.

3.2.2. Estimación de producción de la campaña 2013/14

La estimación de cosecha 2013/14 ofrecida por el Consejo Oleícola Internacional en noviembre de 2013 fue de 1.536.600 toneladas.

Por su parte, la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía publicó en octubre de 2013 el Aforo del Olivar Campaña 2013-2014, en el que preveía la producción de Andalucía en 1.312.244 toneladas y se proyectaba la producción nacional en 1.611.026 toneladas.

Hasta la fecha, y según los datos publicados por la Agencia para el Aceite de Oliva, la producción acumulada hasta febrero de 2014 es de 1.248.724,67 para Andalucía y de 1.537.448 toneladas para España. Esta última supone un incremento del 256% respecto al mismo periodo de la campaña anterior y es un 38% superior a la media de las últimas 5 campañas.

Cabe destacar que, para Jaén y el sur de la provincia de Córdoba, el mes de febrero ha tenido un bajo número de días efectivos de recolección debido a las elevadas precipitaciones. Se espera, por tanto, que la producción de marzo supere con creces la media para este mes y que la cifra final de producción para España sobrepase en más de 150.000 toneladas la registrada hasta el mes de febrero.

El año agrícola 2012/13 tuvo climatológicamente un comportamiento bondadoso para el olivar. La precipitación acumulada durante la campaña en las principales provincias productoras fue superior a sus medias anuales. En lo que respecta a las temperaturas, tampoco se produjeron heladas graves que afectarán de manera significativa al desarrollo de las yemas de flor, ni temperaturas demasiado altas durante las fases de cuajado y desarrollo inicial del fruto que provocarán un excesivo aclareo natural del mismo.

A estas favorables circunstancias climatológicas se une el hecho de que, en la mayoría de las comarcas productoras de Jaén y las sudorientales de la provincia de Córdoba, no tuvieron o fue muy reducida la cosecha de aceituna, por lo que las plantaciones partían de excelentes condiciones fisiológicas y fitosanitarias para el desarrollo vegetativo, la floración y la fructificación.



El rendimiento graso hasta el mes de enero ha sido del 19,75% frente al 18,35% de la campaña anterior. Por comparación, en esta última campaña en la que la disminución de cosecha fue muy acentuada, este aumento del rendimiento graso supone una normalización del mismo. Respecto al ritmo de la cosecha, debido a la baja riqueza grasa, en el mes de noviembre se detectó un retraso considerable en la campaña de recogida en Jaén. Este hecho, unido a la limitación en los días efectivos de recogida por cuestiones climatológicas, provocará que la cifra de aceite producido en marzo en esta provincia supere ampliamente la media de las últimas 10 campañas (70.000 toneladas).

El nivel de existencias totales, que engloba al aceite en almazaras, el depositado en el Patrimonio Comunal Olivarero y el aceite en manos de envasadores, ha evolucionado desde 195.400 toneladas a final del mes de octubre de 2013 -que supuso el mínimo de los últimos cinco años- hasta 1.202.900 toneladas al finalizar el mes de febrero de 2014, un 38% superiores a las de febrero de 2013.

Como resultado de los hechos anteriormente descritos, se estima que **la cifra de producción** en la campaña 2013/14 constituirá un nuevo récord y puede llegar a alcanzar las **1.701.000 toneladas**.

Las nuevas plantaciones en intensivo y superintensivo auguran cosechas más voluminosas y de mayor regularidad, que pueden compensar los decrementos de producción y vecería provocados por condiciones climáticas adversas, contribuyendo así a una mayor estabilidad de precios.

Desde el comienzo de la campaña 2013/14 los precios han mantenido una tendencia bajista hasta alcanzar mínimos en enero de 2014, con 2,04 €/kg para virgen extra, 1,87 €/kg para el virgen y 1,83 €/kg para el lampante.

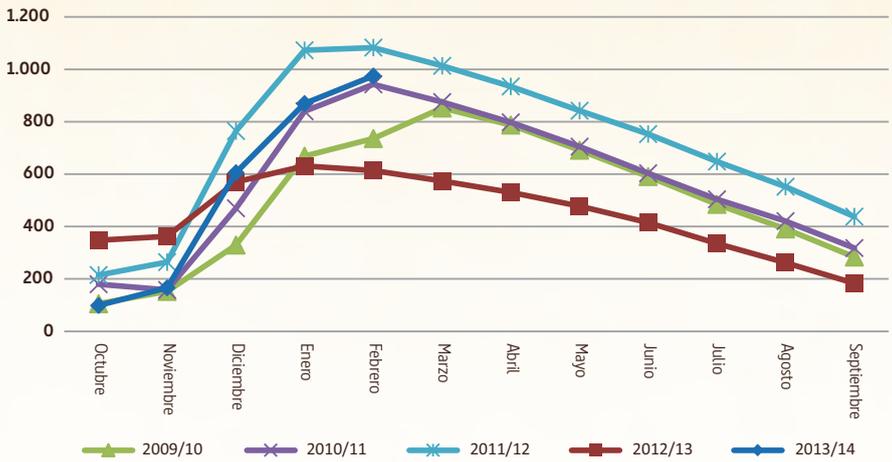
El fuerte descenso de precios a lo largo de los últimos meses es crucial para la recuperación del consumo interno con respecto a la campaña 2012/13, que se estima que crezca hasta alcanzar las 569.000 toneladas.

La campaña 2013/14 romperá con toda seguridad la tendencia bajista que registraban hasta ahora las exportaciones. Estas crecerán considerablemente y satisfarán la disminución de la producción del resto de la cuenca mediterránea, llegando hasta las 955.000 toneladas.

Por todo ello, **las disponibilidades estimadas para la campaña 2013/14**, incluyendo producción, existencias iniciales e importaciones, se cifran en **2.032.000 toneladas**, que cubrirán las necesidades del mercado nacional y facilitarán el incremento de la exportación. Se estima, por tanto, un enlace de 508.000 toneladas para la campaña siguiente.

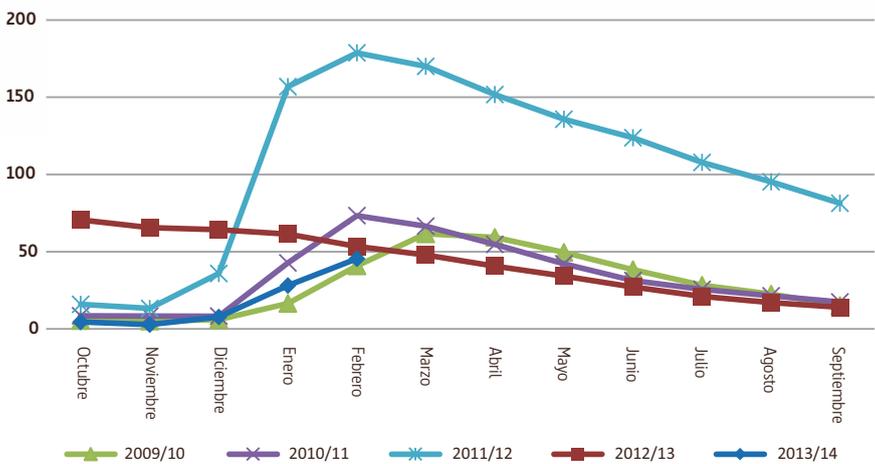


Gráfico 14. Existencias almazaras



Fuente: AAO (En miles de Tm)

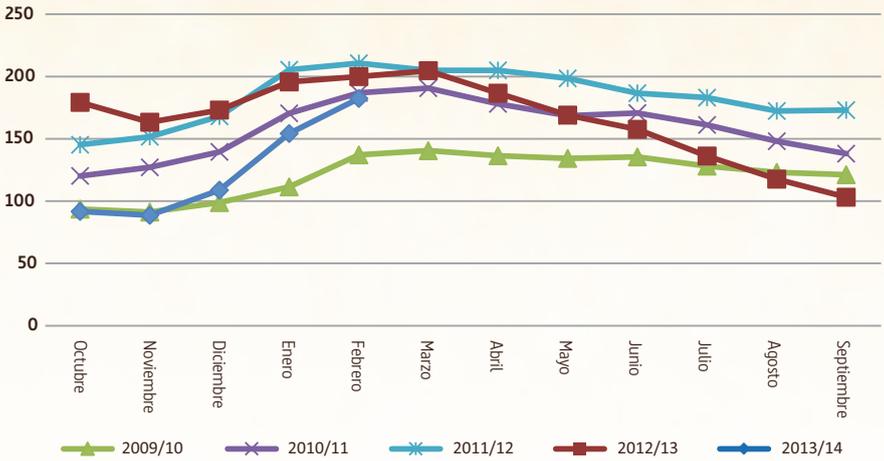
Gráfico 15. Existencias Patrimonio Comunal Oliverero



Fuente: AAO (En miles de Tm)

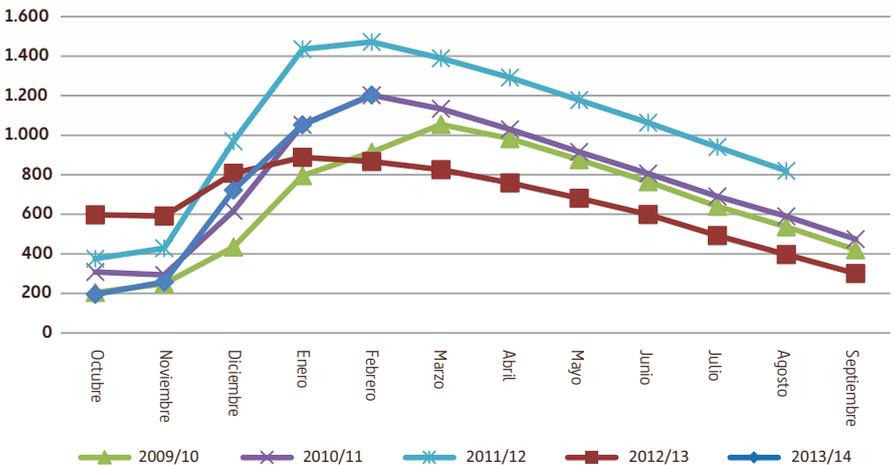


Gráfico 16. Existencias envasadores



Fuente: AAO (En miles de Tm)

Gráfico 17. Existencias totales



Fuente: AAO (En miles de Tm)

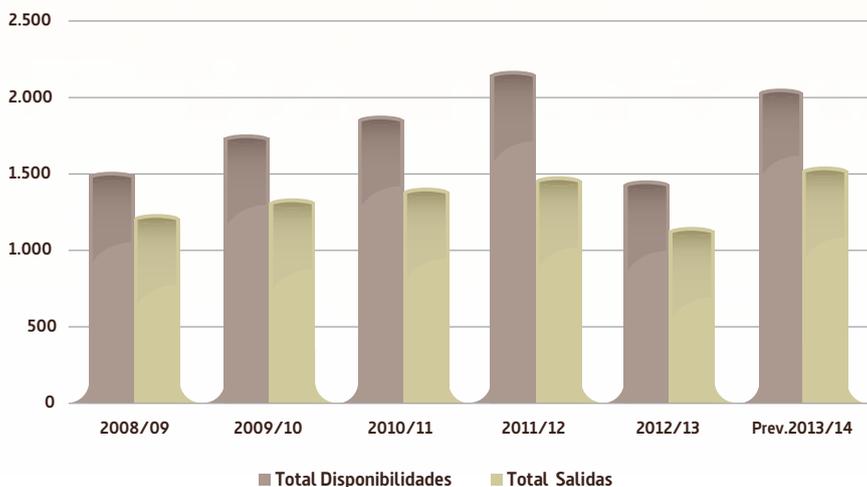


Tabla: balance de campañas

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	Prev. 2013/14
Existencias iniciales	425,7	285,7	420,7	474,1	692,5	300,7
Producción	1.030	1.401,5	1.391,9	1.615,0	618,2	1.701
Importación	38,9	47	43,5	59,8	119,2	30
Total disponibilidades	1.494,6	1.734,2	1.856,1	2.148,9	1.429,9	2.032
					0	
Consumo interior	533,6	533,4	554,1	581,2	499,2	569
Exportación	675,3	780,1	827,9	875,5	630,0	955
Total salidas	1.208,9	1.313,5	1.382	1.456,7	1.129,2	1.524
					0	
Remanente	285,7	420,7	474,1	692	300,7	508

Fuente: AAO y elaboración propia (En miles de Tm)

Gráfico 18. Disponibilidad/salidas España por campaña



Fuente: AAO y elaboración propia (En miles de Tm)

3.2.3. Conclusiones sobre la campaña 2013/14

La producción española para 2014 se presenta récord tras una de las peores campañas, la de 2012/13.

La disponibilidad total de aceite de oliva en España se situará en 2.032.000 toneladas.

Según las estimaciones de consumo y exportaciones, el excedente de aceite para la siguiente cosecha será de 508.000 toneladas.

Según estos datos, se espera poca volatilidad de precios en los niveles actuales.

3.3. Italia



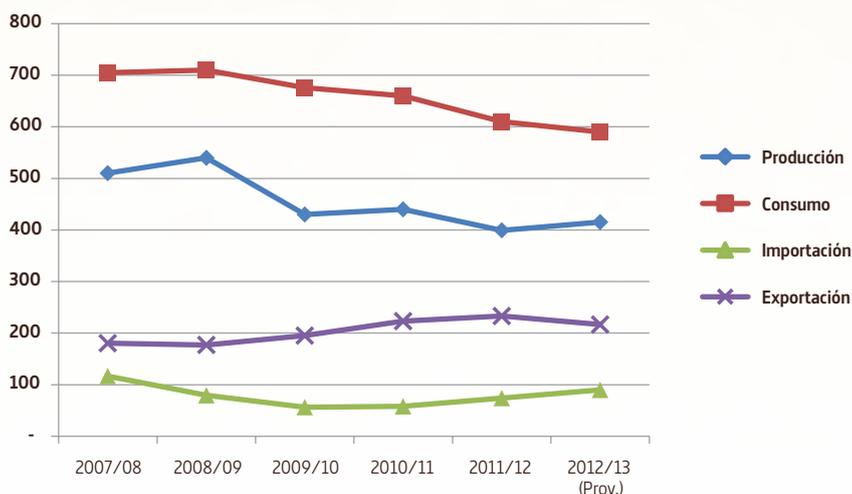
3.3.1. Datos históricos de la campaña 2012/13

Tabla: evolución de producción, consumo, importación y exportación de Italia

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13 (Prov.)	2013/14 (Prev.)
Producción	510	540	430	440	399	416	450
Consumo	705	710	675,7	660	610	590	600
Importación	117	79,5	56	58	74	90,0	69,0
Exportación	180,2	176,9	195	223,5	233,2	216,4	243,0

Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)

Gráfico 19. Evolución de producción, consumo, importación y exportación de Italia



Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)

3.3.1.1. Producción

Según los datos ofrecidos por el Consejo Oleícola Internacional, la producción italiana durante la campaña 2012/13 fue de 416.000 toneladas, un 6% por encima de las 399.000 toneladas del año anterior.

3.3.1.2. Consumo

El consumo total cayó en 20.000 toneladas (un 3%) con respecto al año precedente, hasta las 590.000 toneladas. Esta cifra engloba el consumo doméstico, el canal HORECA (hostelería, restauración y *catering*) y las ventas a granel, que se producen en su mayoría en la industria conservera.

Estos datos de consumo total representan mínimos de los últimos cinco años. En este período el mayor consumo se registró en la campaña 2008/09, con un total de 710.000 toneladas, un 20% más que en la campaña 2012/13.



3.3.1.3. Importaciones

Las importaciones de aceite subieron considerablemente a niveles de 90.000 toneladas, un 22% más que las 74.000 toneladas de la campaña anterior. Estos datos no se registraban desde 2007/08, cuando las importaciones superaron las 100.000 toneladas, aunque después cayeron a cifras comprendidas entre 74.000 y 56.000 toneladas entre 2008 y 2012.

3.3.1.4. Exportaciones

En 2012/13 Italia exportó 216.400 toneladas, cifra ligeramente inferior a las 233.200 toneladas del periodo anterior, rompiendo así la racha alcista de los últimos años.

3.3.1.5. Precios

Los precios del aceite de oliva en la campaña 2012/13 recuperaron los niveles de dos años atrás debido a la incertidumbre en el mercado español. La cotización promedio fue de 2,97 €/Kg para el virgen extra (un 22% por encima del precio medio en 2011/12), 2,48 €/Kg para el virgen (30% superior) y 2,24 €/Kg para el lampante (41% superior).

El enlace con 2011/12 ya arrastraba importantes subidas, de hecho la campaña debutó con precios medios de 2,85 €/Kg en virgen extra, 2,38 €/Kg en virgen y 2,22 €/Kg en lampante.

Las cotizaciones continuaron suavemente al alza tocando máximos a finales de febrero y principios de marzo, cuando se registraron precios de 3,15 €/Kg para el virgen extra, 2,63 €/Kg para virgen y 2,42 €/Kg para lampante. En cambio, los mínimos se obtuvieron a finales de 2012, con 2,71 €/Kg, 2,19 €/Kg y 1,94 €/Kg para virgen extra, virgen y lampante, respectivamente.

El mayor diferencial de precios entre las distintas categorías de aceites se dio en mayo, alcanzando una prima de 0,62 €/Kg del virgen extra sobre el virgen, y de 0,40 €/Kg del virgen sobre el lampante.

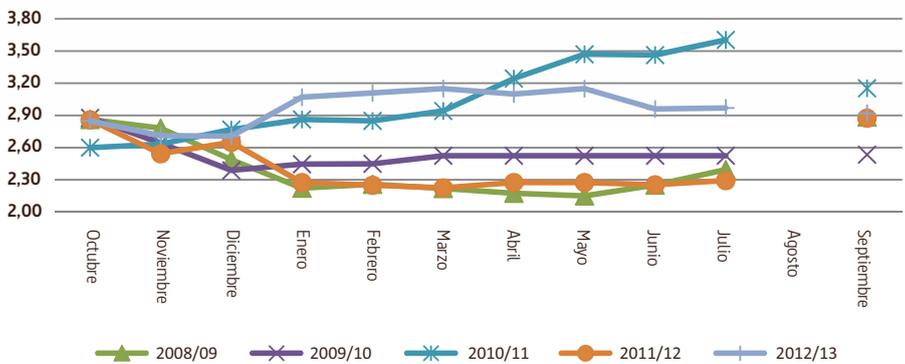


Tabla: precios de aceite de oliva virgen extra en Italia

	En € / kgr.				
	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
Octubre	2,863	2,878	2,600	2,859	2,850
Noviembre	2,781	2,642	2,633	2,543	2,712
Diciembre	2,488	2,388	2,769	2,650	2,706
Enero	2,222	2,446	2,863	2,275	3,070
Febrero	2,259	2,450	2,850	2,250	3,110
Marzo	2,220	2,525	2,942	2,225	3,150
Abril	2,175	2,525	3,244	2,275	3,100
Mayo	2,150	2,525	3,470	2,275	3,150
Junio	2,251	2,525	3,463	2,254	2,960
Julio	2,394	2,525	3,604	2,293	2,970
Agosto					
Septiembre	2,885	2,535	3,153	2,875	2,920
Ø campaña	2,426	2,542	3,054	2,434	2,973
Inc.vs.C.A.	-18,4%	4,8%	20,1%	-20,3%	22,1%
base 100 = 2008/09	100	104,8	125,9	100,3	123
TACC 2008/09-12/13					4,1%

Fuente: Cámara de Comercio de Bari

Gráfico 20. Precios de aceite de oliva virgen extra en Italia (€/kg)



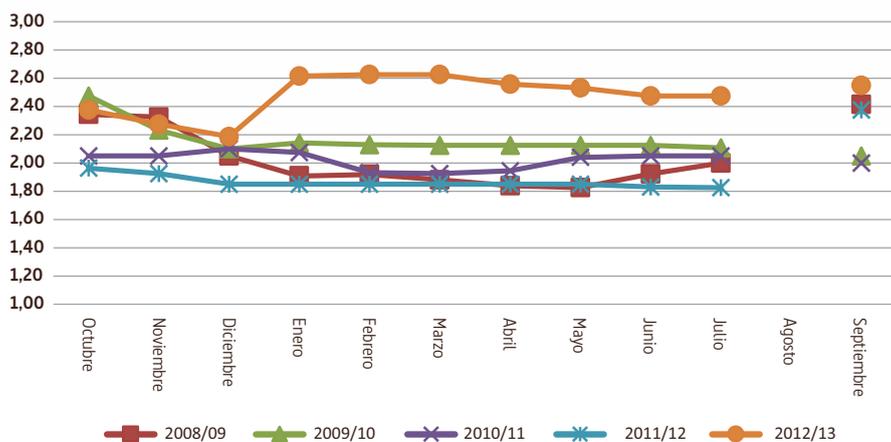
Fuente: Cámara de Comercio de Bari

Tabla: precios de aceite de oliva virgen en Italia

	En € / kgr.				
	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
Octubre	2,344	2,475	2,050	1,963	2,375
Noviembre	2,325	2,233	2,050	1,925	2,275
Diciembre	2,050	2,100	2,100	1,850	2,187
Enero	1,908	2,142	2,075	1,850	2,615
Febrero	1,919	2,130	1,931	1,850	2,625
Marzo	1,880	2,125	1,925	1,850	2,625
Abril	1,838	2,125	1,944	1,850	2,558
Mayo	1,825	2,125	2,040	1,850	2,531
Junio	1,923	2,125	2,050	1,830	2,475
Julio	2,000	2,107	2,050	1,825	2,475
Agosto					
Septiembre	2,415	2,050	2,000	2,375	2,550
Ø campaña	2,039	2,158	2,020	1,911	2,481
Inc.vs.C.A.	-17,9%	5,8%	-6,4%	-5,4%	29,8%
base 100 = 2008/09	100,0	105,8	99,1	93,7	121,7
TACC 2008/09-12/13				-5,7%	4,0%

Fuente: Cámara de Comercio de Bari

Gráfico 21. Precios de aceite de oliva virgen en Italia (€/kg)



Fuente: Cámara de Comercio de Bari

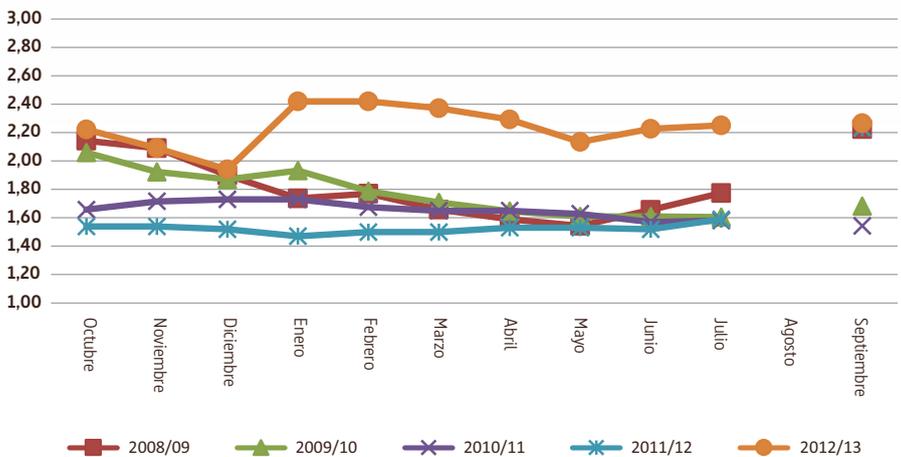


Tabla: precios de aceite de oliva lampante en Italia

	En € / kgr.				
	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
Octubre	2,143	2,060	1,658	1,540	2,222
Noviembre	2,090	1,923	1,716	1,540	2,090
Diciembre	1,900	1,870	1,730	1,520	1,940
Enero	1,736	1,933	1,730	1,470	2,420
Febrero	1,770	1,788	1,675	1,500	2,420
Marzo	1,658	1,708	1,650	1,500	2,372
Abril	1,590	1,647	1,650	1,530	2,293
Mayo	1,543	1,610	1,628	1,530	2,135
Junio	1,655	1,610	1,570	1,520	2,227
Julio	1,775	1,605	1,580	1,590	2,250
Agosto					
Septiembre	2,224	1,682	1,543	2,233	2,265
Ø campaña	1,826	1,767	1,648	1,588	2,239
Inc.vs.C.A.	-20,0%	-3,2%	-6,7%	-3,6%	41,0%
base 100 = 2008/09	100	96,8	90,3	87,0	122,7
TACC 2008/09-12/13					4,2%

Fuente: Cámara de Comercio de Bari

Gráfico 22. Precios de aceite de oliva lampante en Italia (€/kg)



Fuente: Cámara de Comercio de Bari



3.3.1.6. Comentario general

El acopio natural del mercado italiano para abastecer su consumo interno y la exportación proviene mayoritariamente de España, terceros países y Grecia. En la campaña 2011/12 el peso relativo de España en este acopio se incrementó debido a las elevadas disponibilidades y a los bajos precios, lo que llevó también al mercado italiano a alcanzar los precios mínimos de las últimas cinco campañas. A esta bajada en el precio contribuyó el mayor control del aceite denominado 100% italiano y la disminución de su demanda.

3.3.2. Estimaciones de producción de la campaña 2013/14

La estimación del COI para la cosecha 2013/14 es de 450.000 toneladas, frente a las 416.000 de 2012/13, lo que supone un incremento del 8%.

La realidad, según el desarrollo de la campaña actual, refleja una estimación en torno a las 340.000 toneladas.

3.3.3. Conclusiones sobre la campaña 2013/14

Según el COI, la cosecha aumentará un 8%.

El consumo no variará apenas respecto al año anterior, pero sí lo harán las importaciones, que disminuirán en la misma proporción en que aumentarán las exportaciones.

3.4. Grecia



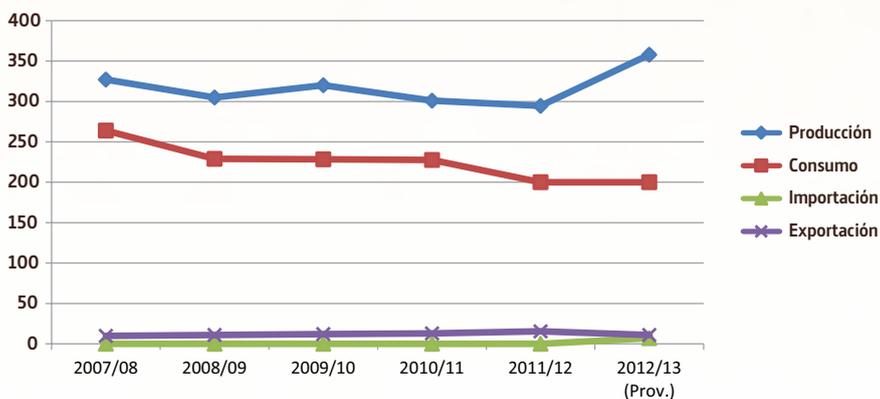
3.4.1. Datos históricos de la campaña 2012/13

Tabla: evolución de producción, consumo, importación y exportación de Grecia

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13 (Prov.)	2013/14 (Prev.)
Producción	327	305	320	301	295	358	230
Consumo	264	229	229	228	200	200	185
Importación	0	0	0	0	0	7	0
Exportación	10	11	12	13	16	11	13

Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)

Gráfico 23. Evolución de producción, consumo, importación y exportación de Grecia



Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)

3.4.1.1. Producción

La producción de aceite de oliva griego aumentó un 21% con respecto al año anterior y se situó en 358.000 toneladas, marcando un nuevo máximo en los últimos cinco años.

3.4.1.2. Consumo

El consumo (doméstico, HORECA y granel) se estabilizó en 200.000 toneladas que, junto con la cosecha anterior, representa los niveles mínimos de consumo de los últimos 19 años.

3.4.1.3. Importaciones

A diferencia de los años precedentes, se registraron 7.000 toneladas de aceite de oliva importado de terceros países.

3.4.1.4. Exportaciones

Las salidas de aceite de oliva a terceros países cayeron un 31%, hasta las 11.000 toneladas, el nivel más bajo registrado desde 2008.

3.4.1.5. Precios

Las referencias usadas en este informe son los precios en Kalamata, Esparta y Creta para virgen extra, y en Mitilene para el virgen.

Para la categoría de virgen extra, la campaña debutó con cotizaciones de 2,33 €/Kg, frente a los 2,26 €/Kg del año anterior. El máximo se encontró en el enlace con la campaña siguiente (septiembre 2013), en 2,73 €/Kg, mientras que el mínimo de 2,18 €/Kg se registró en diciembre de 2012. A diferencia de la campaña anterior, el verano ofreció cotizaciones en torno a los 2,7 €/Kg, un 36% más altas que el verano anterior, donde se vieron precios de 1,99 €/Kg.

En cuanto a la categoría de virgen, el inicio de cosecha ofrecía precios de 1,95 €/Kg que se mantuvieron estables hasta encontrar mínimos a finales de año en torno a 1,85 €/Kg. Al igual que sucedió con el virgen extra, en las proximidades del enlace con la campaña siguiente se registraron máximos en niveles de 2,03 €/Kg, un 4% superior al máximo de 2011/12.

Tanto en enero como en septiembre de 2013 se dieron los mayores diferenciales de precios entre el virgen extra y el virgen, por un total de 0,7 €/Kg, un 30% superior al diferencial máximo de 0,54 €/Kg de 2011/12.



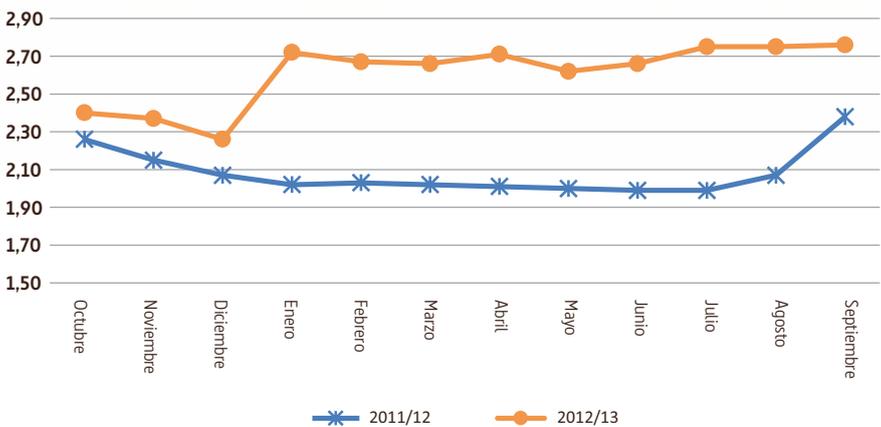
Tabla: precios de aceite de oliva virgen extra en Grecia

En € / kgr.

	2011/12	2012/13
Octubre	2,260	2,400
Noviembre	2,150	2,370
Diciembre	2,070	2,260
Enero	2,020	2,720
Febrero	2,030	2,670
Marzo	2,020	2,660
Abril	2,010	2,710
Mayo	2,000	2,620
Junio	1,990	2,660
Julio	1,990	2,750
Agosto	2,070	2,750
Septiembre	2,380	2,760
Ø campaña	2,083	2,611
Inc.vs.C.A.		25,4%

Fuente: Deoleo. Elaboración propia

Gráfico 24. Precios de aceite de oliva virgen extra en Grecia (€/kg)



Fuente: Deoleo. Elaboración propia

Tabla: precios de aceite de oliva virgen en Grecia

En € / kgr.

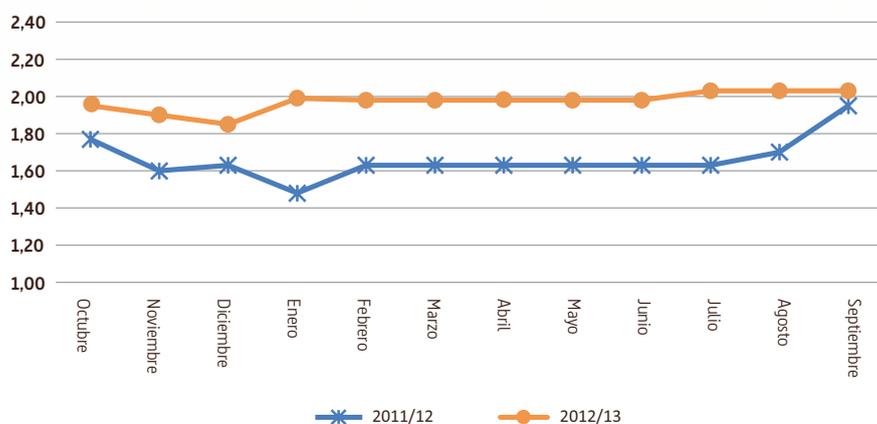
	2011/12	2012/13
Octubre	1,770	1,950
Noviembre	1,600	1,900
Diciembre	1,630	1,850
Enero	1,480	1,990
Febrero	1,630	1,980
Marzo	1,630	1,980
Abril	1,630	1,980
Mayo	1,630	1,980
Junio	1,630	1,980
Julio	1,630	2,030
Agosto	1,700	2,030
Septiembre	1,950	2,030
Ø campaña	1,659	1,973

Inc.vs.C.A.

18,9%

Fuente: Deoleo. Elaboración propia

Gráfico 25. Precios de aceite de oliva virgen en Grecia (€/kg)



Fuente: Deoleo. Elaboración propia



3.4.1.6. Comentario general

Aunque la cosecha griega fue muy amplia, la presión ejercida por la situación de baja producción en España elevó los precios en Grecia a niveles no vistos en los últimos años.

3.4.2. Estimaciones de producción de la campaña 2013/14

La previsión del COI para la campaña griega 2013/14 es de 230.000 toneladas. A pesar del fuerte descenso respecto a las 358.000 toneladas de 2012/13, la buena cosecha esperada en España compensará con creces estas desviaciones.

3.4.3. Conclusiones sobre la campaña 2013/14

Las estimaciones del COI ofrecen un descenso de la producción del 36% frente a la campaña anterior.

El entorno macroeconómico provocará una caída del consumo del 8%.

Las exportaciones seguirán en la línea de años anteriores y las importaciones de países terceros, aunque se produzcan, su volumen es casi despreciable.

3.5. Túnez

3.5.1. Datos históricos de la campaña 2012/13

Tabla: evolución de producción, consumo, importación y exportación de Túnez

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13 (Prov.)	2013/14 (Prev.)
Producción	170	160	150	120	198	198	135,0
Consumo	50	21	30	30	35	40	35,0
Importación	0	0	0	0	0	0	0,0
Exportación	130	142	97	108	130	175	60

Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)

Gráfico 26. Evolución de producción, consumo, importación y exportación de Túnez



Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)

3.5.1.1. Producción

El COI situaba en noviembre de 2013 la producción de Túnez en 198.000 toneladas, la misma cantidad obtenida en la campaña anterior. Por segundo año consecutivo se consiguió una cifra muy superior a los años precedentes.

3.5.1.2. Consumo

El consumo interno en Túnez representa en torno al 20% de la producción total, con una cifra de 40.000 toneladas fijada para 2013, según el COI. Tras la caída registrada en 2008, se confirma la tendencia alcista en el consumo de aceite de oliva en esta región.

3.5.1.3. Importaciones

Al igual que otros países productores, como Grecia, Túnez cubre su demanda interna con su propia producción, por lo que no se registran importaciones.



3.5.1.4. Exportaciones

El dato provisional de exportaciones refleja un incremento del 35% con respecto al año anterior, hasta las 175.000 toneladas. Esta cifra representa un nivel récord de los últimos años, explicado por la buena cosecha local y la corta producción en España.

3.5.1.5. Precios

Las fuentes de acceso público registran las transacciones de virgen extra llevadas a cabo en Sfax (Túnez). El precio medio fue de 2,559 €/Kg, un 35% superior a los 1,893 €/Kg de la campaña anterior. Los valores máximos y mínimos registrados fueron en julio 2013 (2,73 €/Kg) y diciembre 2012 (2,18 €/Kg), respectivamente.

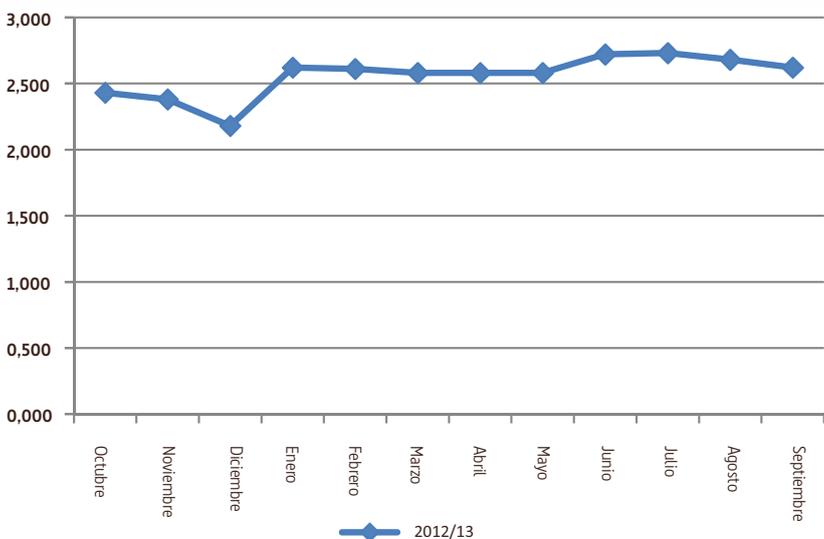
Tabla: precios de aceite de oliva virgen en Túnez

En € / kgr.

	2012/13
Octubre	2,430
Noviembre	2,380
Diciembre	2,180
Enero	2,620
Febrero	2,610
Marzo	2,580
Abril	2,580
Mayo	2,580
Junio	2,720
Julio	2,730
Agosto	2,680
Septiembre	2,620
Ø campaña	2,559

Fuente: Deoleo. Elaboración propia

Gráfico 27. Precios de aceite de oliva virgen en Túnez (€/kg)



Fuente: Deoleo. Elaboración propia



3.5.1.6. Comentario general

El mercado tunecino de aceite de oliva es eminentemente exportador y se caracteriza porque un considerable volumen de la producción, hasta un máximo de 56.700 toneladas, es susceptible de ser exportada a la Unión Europea (UE) en condiciones preferenciales bajo la denominación de contingente o cuota libre de arancel. El destino natural del excedente de aceite de oliva en Túnez está en la UE, mayoritariamente Italia y España. Debido a la alta disponibilidad de aceite de oliva en la UE, en la campaña 2011/12 no se llegó a cubrir el contingente asignado para el aceite de oliva proveniente de Túnez, e incluso se produjeron reexportaciones a Estados Unidos a través de comerciantes marroquíes.

3.5.2. Estimaciones de producción para la campaña 2013/14

La producción de Túnez para 2013/14 se situaría en 135.000 toneladas, según las estimaciones del COI, lo que significaría un descenso del 32% respecto a 2012/13. En consecuencia, se espera una disminución drástica de las exportaciones hasta niveles de 60.000 toneladas, un 66% menos que la campaña anterior y muy por debajo de la media de los últimos cinco años.

3.5.3. Conclusiones sobre la campaña 2013/14

La producción de Túnez en la campaña 2013/14 caerá un 32%, según el COI.

Las exportaciones se verán mermadas drásticamente a causa de la fuerte cosecha española.

3.6. Cuenca mediterránea



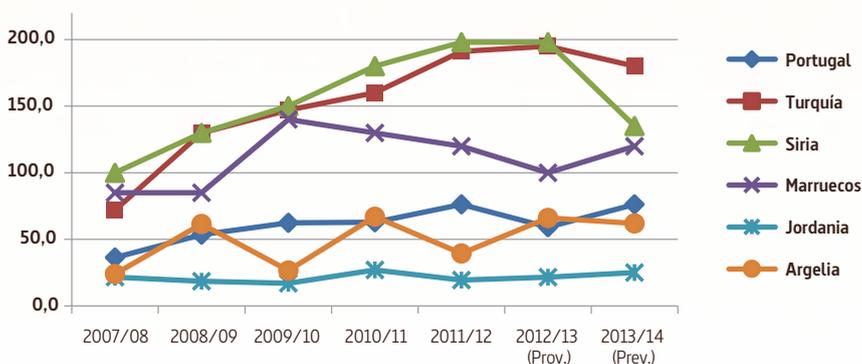
3.6.1. Datos históricos de la campaña 2012/13

Tabla: evolución producción. Cuenca mediterránea

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13 (Prov.)	2013/14 (Prev.)
Portugal	36,3	53,4	62,5	62,9	76,2	59,1	76,2
Turquía	72,0	130,0	147,0	160,0	191,0	195,0	180,0
Siria	100,0	130,0	150,0	180,0	198,0	198,0	135,0
Marruecos	85,0	85,0	140,0	130,0	120,0	100,0	120,0
Jordania	21,5	18,5	17,0	27,0	19,5	21,5	25,0
Argelia	24,0	61,5	26,5	67,0	39,5	66,0	62,0
Total	338,8	478,4	543,0	626,9	644,2	639,6	598,2

Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)

Gráfico 28. Evolución producción. Cuenca mediterránea



Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)

3.6.1.1. Producción

La cuenca mediterránea está formada por los países con mayor producción de aceite de oliva y que constituyen la base del binomio producción/consumo a nivel mundial. Nos referimos en este apartado, además de a los analizados anteriormente, a Siria, Turquía, Marruecos, Portugal, Argelia y Jordania, por orden de importancia en cuanto a producción de aceite de oliva.

Según la información recogida por el COI, la producción global de estos países se mantiene en la línea del año pasado, con un total de 639.600 toneladas. Las caídas de producción de Marruecos y Portugal se compensan mayoritariamente con un incremento del 67% registrado en Argelia.

La contribución de esta región supone un 26% de la producción mundial, frente al 20% del año anterior.



3.6.1.2. Exportaciones

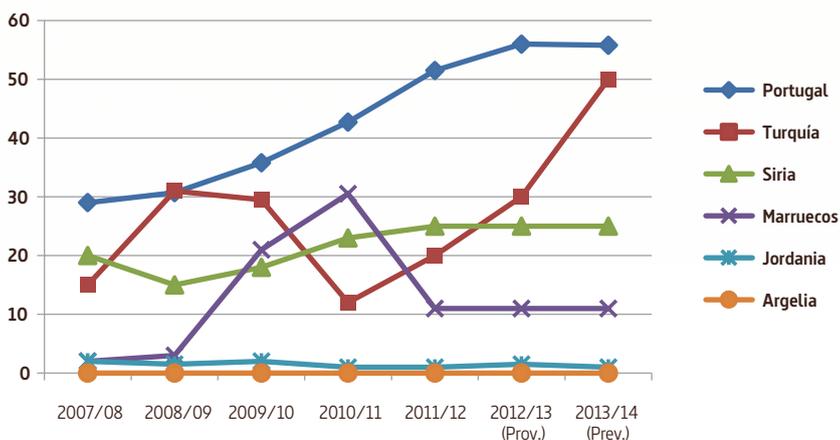
Las exportaciones de Portugal, Turquía, Siria, Marruecos, Jordania y Argelia alcanzaron, según los datos del COI, las 123.500 toneladas, un 14% más que el año anterior y casi el doble que el volumen de 2007/08.

Tabla: evolución exportación. Cuenca mediterránea

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13 (Prov.)	2013/14 (Prev.)
Portugal	29	30,7	35,8	42,7	51,5	56,0	55,8
Turquía	15	31	29,5	12	20	30	50
Siria	20	15	18	23	25	25	25
Marruecos	2	3	21	30,5	11	11	11
Jordania	2	1,5	2	1	1	1,5	1,0
Argelia	0	0	0	0	0	0	0
Total	68	81,2	106,3	109,2	108,5	123,5	143

Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)

Gráfico 29. Evolución exportación. Cuenca mediterránea



Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)



3.6.2. Estimaciones de producción de la campaña 2013/14

Se estima una caída de la producción en estos países a niveles de 598.200 toneladas.

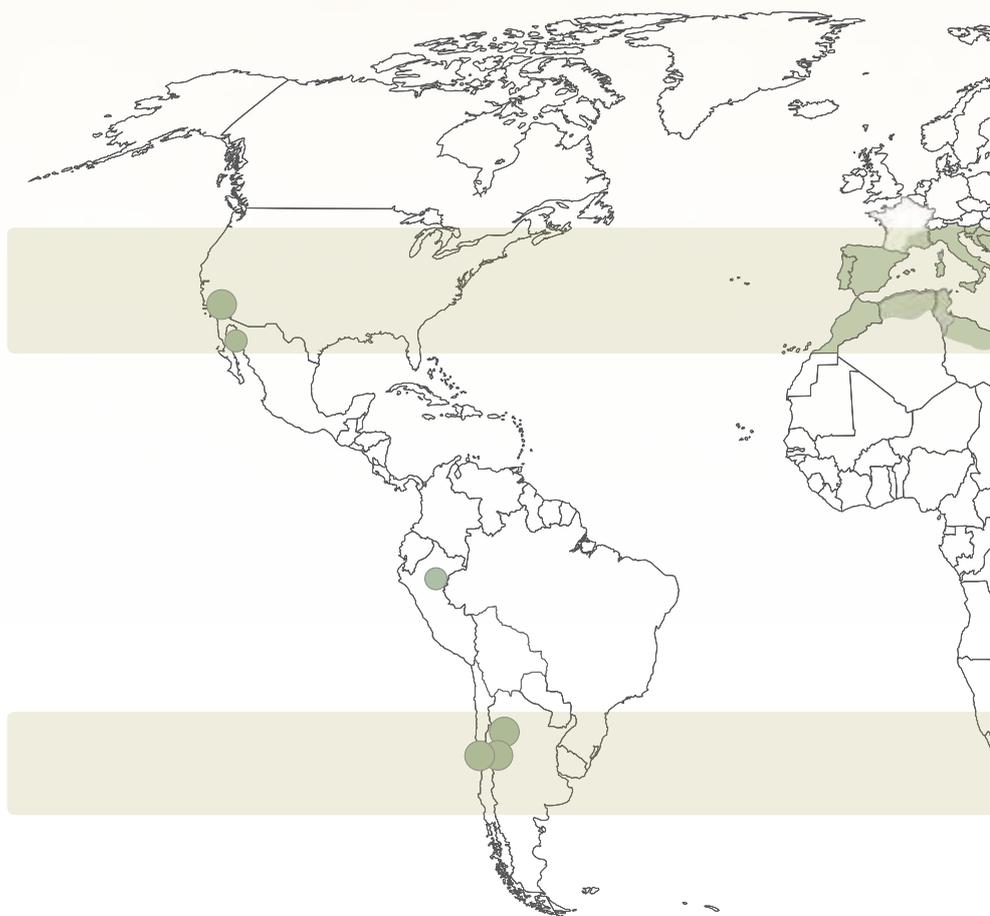
A pesar de esta ligera disminución, la cifra de producción total está muy por encima de la de cinco años atrás, cuando la contribución de esta región no llegaba a las 400.000 toneladas.

La previsión del COI prevé un aumento del 16% en las exportaciones de estos países, de 123.500 toneladas a 143.000, a pesar de la gran cosecha esperada en España.

3.7. Resto del mundo: hemisferio sur

El hemisferio sur cobra cada vez más relevancia en el mercado del aceite de oliva por su creciente contribución a la producción mundial. Además, el hecho de que la campaña de estas regiones coincida con la época de verano en el Mediterráneo ofrece la ventaja de contar con dos cosechas en un mismo año.

Representación de la concentración de p



Fuente: elab



Los países productores de esta parte del globo se representan en el siguiente mapa; entre los más relevantes se encuentran Argentina, Chile y Australia.

roducción de aceite de oliva en el mundo



oración propia

3.7.1. Datos históricos de la campaña 2012/13

3.7.1.1. Producción

La producción conjunta de Chile, Argentina y Australia descendió desde 69.000 toneladas en 2011/12 hasta 54.000 toneladas en 2012/13, un 22% menos, debido principalmente a Argentina. No obstante, la cosecha se mantiene en niveles superiores a los de años anteriores.

Tabla: evolución producción. Hemisferio sur

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13 (Prov.)	2013/14 (Prev.)
Chile	6,5	8,5	12,0	16,0	21,5	28,0	32,0
Argentina	27,0	23,0	17,0	20,0	32,0	17,0	30,0
Australia	12,0	15,0	18,0	18,0	15,5	9,0	18,0
Total	45,5	46,5	47,0	54,0	69,0	54,0	80,0

Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)

3.7.1.2. Exportaciones

La contribución total de estos países fue de 29.000 toneladas, frente a las 40.000 toneladas del periodo anterior. La caída más importante se da en Argentina, lo que se explica por su menor cosecha este año.

Tabla: evolución exportación. Hemisferio sur

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13 (Prov.)	2013/14 (Prev.)
Chile	1,5	2,0	3,0	6,5	10,0	14,0	14,0
Argentina	18,5	14,0	19,0	12,0	23,5	12,0	21,0
Australia	4,0	6,5	8,0	6,0	6,5	3,0	6,5
Total	24,0	22,5	30,0	24,5	40,0	29,0	41,5

Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)



3.7.2. Estimaciones de producción de la campaña 2013/14

Las estimaciones del COI para la campaña 2013/14 se resumen a continuación:

La producción aumentará hasta tocar las 80.000 toneladas, un 48% más, cifra récord histórica.

La mayor disponibilidad permitirá recuperar niveles más elevados de aceites exportados, hasta niveles de 41.500 toneladas, cifra muy similar a la registrada en 2011/12.

3.8. Otros países de consumo relevante

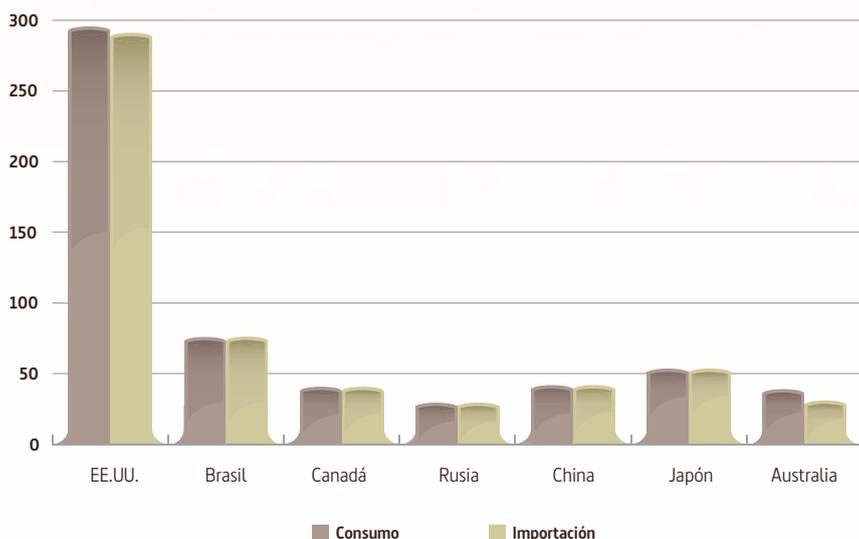
3.8.1. Datos históricos de la campaña 2012/13

A continuación se presentan cifras de países cuyo consumo es relevante para el mercado mundial o tienen gran potencial de crecimiento. El análisis se centra en Estados Unidos, Brasil, Canadá, Alemania, Reino Unido, Rusia, China, Japón y Australia.

Según el COI, el conjunto de estos países consumió un total de 676.800 toneladas, cifra muy similar a las 674.700 toneladas del año anterior. Las importaciones también se mantuvieron estables, en torno a 545.000 toneladas*.

*No se tiene en cuenta el comercio intracomunitario de Alemania y Reino Unido

Gráfico 30. Consumo/importación campaña 2012/13 de países con alto consumo y potenciales



Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)

Tabla: evolución consumo de otros países con alto consumo y potenciales

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13 (Prov.)	2013/14 (Prev.)
EE.UU.	246,0	256,0	258,0	275,0	300,0	293,0	294,0
Brasil	40,0	42,0	50,5	61,5	68,0	73,0	73,0
Canadá	29,0	30,0	37,0	40,0	39,5	37,5	37,5
Alemania	48,0	47,7	50,1	58,8	61,0	61,2	59,0
Reino Unido	56,1	56,4	55,3	69,5	59,2	59,1	59,0
Rusia	17,0	15,0	22,0	21,0	24,0	27,0	27,0
China		12,0	18,0	29,5	40,0	39,0	40,0
Japón	29,0	30,0	40,5	35,5	43,0	51,0	51,0
Australia	35,0	37,0	44,0	44,0	40,0	36,0	40,0
Total	500,1	526,1	575,4	634,8	674,7	676,8	680,5

Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)



Tabla: evolución importaciones de otros países con alto consumo y potenciales

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13 (Prov.)	2013/14 (Prev.)
EE.UU.	245,0	255,0	258,0	275,0	300,0	288,0	290,0
Brasil	40,0	42,0	50,5	61,5	68,0	73,0	73,0
Canadá	29,0	30,0	37,0	40,0	39,5	37,5	37,5
Alemania*	0,3	0,3	0,2	0,8	0,6	0,8	0,6
Reino Unido*	0,2	0,2	0,1	0,3	0,3	0,2	0,1
Rusia	17,0	15,0	22,0	21,0	24,0	27,0	27,0
China		12,0	18,0	29,5	40,0	39,0	40,0
Japón	29,0	30,0	40,5	35,5	43,0	51,0	51,0
Australia	27,0	28,5	35,0	32,0	31,5	28,5	30,0
Total	387,5	413,0	461,3	495,6	546,9	545,0	549,2

Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)

*No incluye el comercio intracomunitario

3.8.2. Estimaciones de consumo para la campaña 2013/14

Según las estimaciones del COI de noviembre de 2013:

El consumo de este conjunto de países se sitúa en 680.500 toneladas, cantidad muy similar al periodo anterior.

Del mismo modo, las importaciones apenas crecen y alcanzan niveles de 549.200 toneladas, muy cerca de las 545.000 toneladas de 2012/13.

Australia destaca como el país donde más crecen consumo e importaciones, con incrementos del 11% y 5%, respectivamente.

4. Resumen

4.1. Producción

Los datos de producción aportados por el COI en noviembre de 2013 son los siguientes:

Tabla: producción

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13 (Prov.)	2013/14 (Prev.)
Chipre	4,0	2,8	4,2	6,5	5,6	5,6	5,6
España	1236,1	1030,0	1401,5	1391,9	1615,0	616,3	1536,6
Francia	4,7	7,0	5,7	6,1	3,2	4,8	5,0
Grecia	327,2	305,0	320,0	301,0	294,6	357,9	230,0
Italia	510,0	540,0	430,0	440,0	399,2	415,5	450,0
Portugal	36,3	53,4	62,5	62,9	76,2	59,1	76,2
Eslovenia	0,4	0,5	0,7	0,7	0,5	0,2	0,7
UE	2118,7	1938,7	2224,6	2209,1	2394,3	1459,4	2304,1
Albania	4,0	6,0	5,0	8,0	7,0	13,5	10,0
Argelia	24,0	61,5	26,5	67,0	39,5	66,0	62,0
Argentina	27,0	23,0	17,0	20,0	32,0	17,0	30,0
Croacia	4,5	6,0	5,0	5,0	4,0	4,0	4,0
Egipto	7,5	5,0	3,0	4,0	9,0	6,5	5,0
Irán	4,5	4,5	4,0	4,0	7,0	4,5	9,0
Israel	4,0	9,0	3,5	12,5	13,0	13,0	11,0
Jordania	21,5	18,5	17,0	27,0	19,5	21,5	25,0
Líbano	10,5	12,0	9,0	32,0	14,0	11,0	14,0
Libia	13,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	14,6
Marruecos	85,0	85,0	140,0	130,0	120,0	100,0	120,0
Montenegro	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Siria	100,0	130,0	150,0	180,0	198,0	198,0	135,0
Túnez	170,0	160,0	150,0	120,0	182,0	220,0	80,0
Turquía	72,0	130,0	147,0	160,0	191,0	195,0	180,0
COI	2666,7	2604,7	2917,1	2994,1	3245,8	2344,9	3004,2
Arabia Saudita	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
Australia	12,0	15,0	18,0	18,0	15,5	9,0	18,0
Chile	6,5	8,5	12,0	16,0	21,5	28,0	32,0
EE.UU.	2,0	3,0	3,0	4,0	4,0	10,0	10,0
Méjico	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Palestina	8,0	20,0	5,5	25,0	15,5	15,5	15,5
Otros países productores	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	14,5
NO COI	46,5	64,5	56,5	81,0	74,5	80,5	93,0
TOTAL	2713,2	2669,2	2973,6	3075,1	3320,3	2425,4	3097,2

Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)



4.2. Consumo

Los datos de consumo publicados por el COI en noviembre de 2013, son los siguientes:

Tabla: consumo

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13 (Prov.)	2013/14 (Prev.)
Chipre	4,9	4,1	5,0	6,5	6,3	6,0	6,3
España	546,3	533,6	539,4	554,2	574,0	513,0	580,0
Francia	101,6	113,5	114,8	112,8	112,0	97,2	99,6
Grecia	264,0	229,0	228,5	227,5	200,0	200,0	185,0
Italia	705,0	710,0	675,7	660,0	610,0	590,0	600,0
Portugal	75,8	87,5	87,8	82,0	78,0	74,0	74,0
Eslovenia	1,7	1,8	2,0	2,1	1,9	1,9	2,2
Otros	166,6	176,5	192,8	221,4	208,1	207,9	205,0
UE	1.865,9	1.856,0	1.846,0	1.866,5	1.790,3	1.690,0	1.752,1
Albania	4,5	7,0	6,0	9,0	8,0	8,5	8,5
Argelia	25,0	55,0	33,5	59,0	42,5	67,0	67,0
Argentina	7,0	5,0	5,0	5,5	6,0	6,0	6,0
Croacia	5,0	7,0	6,5	7,0	6,0	6,0	6,0
Egipto	7,0	5,0	7,0	5,0	7,5	7,5	7,5
Irán	7,5	7,0	6,5	7,5	11,0	10,0	13,0
Irak	0,0	0,0	8,5	6,0	6,0	6,0	6,0
Israel	16,0	17,0	16,5	17,0	15,5	17,0	15,5
Jordania	23,5	23,5	20,0	20,0	17,0	20,0	18,0
Líbano	9,0	20,0	9,5	20,0	20,0	16,0	16,0
Libia	13,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	14,6
Marruecos	65,0	70,0	90,0	100,0	122,0	129,0	132,0
Montenegro	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Siria	80,0	110,0	120,5	130,5	135,5	135,5	95,0
Túnez	50,0	21,0	30,0	30,0	35,0	40,0	35,0
Turquía	85,0	108,0	110,0	131,0	150,0	160,0	150,0
COI	2.263,9	2.327,0	2.331,0	2.429,5	2.387,8	2.334,0	2.342,7
Arabia Saudita	7,5	6,5	6,5	15,0	16,0	16,0	16,0
Australia	35,0	37,0	44,0	44,0	40,0	36,0	40,0
Brasil	40,0	42,0	50,5	61,5	68,0	73,0	73,0
Canadá	29,0	30,0	37,0	40,0	39,5	37,5	37,5
Chile	5,5	7,5	9,0	10,0	13,0	19,0	19,0
China		12,0	18,0	29,5	40,0	39,0	40,0
EE.UU.	246,0	256,0	258,0	275,0	300,0	293,0	294,0
Japón	29,0	30,0	40,5	35,5	43,0	51,0	51,0
Méjico	10,0	9,5	9,0	10,0	11,5	11,5	11,5
Noruega	3,5	3,0	3,5	3,0	3,0	3,5	4,0
Palestina	13,0	14,0	8,0	16,0	13,5	13,5	13,5
Rusia	17,0	15,0	22,0	21,0	24,0	27,0	27,0
Suiza	12,5	6,0	13,0	13,0	13,5	14,0	14,0
Taiwan	4,0	3,0	4,0	5,0	5,0	5,0	5,0
Otros países productores	13,5	13,0	13,0	13,0	13,0	13,0	11,5
Otros países no productores	25,0	20,0	35,0	40,0	55,0	55,0	55,0
NO COI	490,5	504,5	571,0	631,5	698,0	707,0	712,0
TOTAL	2.754,4	2.831,5	2.902,0	3.061,0	3.085,8	3.041,0	3.054,7

Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)

4.3. Importaciones

En cuanto a los datos de importación, el COI publicó la siguiente información:

Tabla: importaciones

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13 (Prov.)	2013/14 (Prev.)
Chipre	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
España	40,3	10,8	13,7	14,7	14,2	50,0	15,3
Francia	3,7	4,4	4,7	6,3	6,7	6,8	7,2
Grecia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Italia	116,6	79,5	56,3	58,0	73,9	90,0	69,0
Portugal	0,1	0,1	1,1	0,0	0,1	7,0	0,1
Eslovenia	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros	1,2	1,3	2,1	3,3	1,6	1,8	1,5
UE	162,0	96,2	78,0	82,3	96,5	155,6	93,1
Albania	0,5	1,0	1,0	1,0	1,0	2,0	4,0
Argelia	0,5	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Argentina	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Croacia	1,5	1,5	1,5	2,0	2,5	2,5	2,5
Egipto	0,0	3,5	4,0	1,0	1,5	1,5	3,5
Irán	3,0	3,0	3,0	3,5	4,5	5,0	4,5
Irak	0,0	0,0	8,5	6,0	6,0	6,0	6,0
Israel	12,0	8,0	13,0	7,5	3,0	6,0	4,0
Jordania	0,0	1,5	5,0	15,0	0,0	0,0	0,0
Líbano	1,0	2,0	3,0	0,0	2,5	3,5	3,5
Libia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Marruecos	5,0	15,0	0,0	4,0	0,0	0,0	0,0
Montenegro	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Siria	0,0	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Túnez	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Turquía	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
COI	185,5	137,2	117,0	122,3	117,5	182,1	121,1
Arabia Saudita	5,0	5,5	5,5	13,5	13,5	13,5	13,5
Australia	27,0	28,5	35,0	32,0	31,5	28,5	30,0
Brasil	40,0	42,0	50,5	61,5	68,0	73,0	73,0
Canadá	29,0	30,0	37,0	40,0	39,5	37,5	37,5
Chile	0,5	1,0	0,5	0,5	1,0	1,0	1,0
China		12,0	18,0	29,5	40,0	39,0	40,0
EE.UU.	245,0	255,0	258,0	275,0	300,0	288,0	290,0
Japón	29,0	30,0	40,5	35,5	43,0	51,0	51,0
Méjico	10,0	9,5	9,0	10,0	11,5	11,5	11,5
Noruega	3,5	3,0	3,5	3,0	3,0	3,5	4,0
Palestina	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Rusia	17,0	15,0	22,0	21,0	24,0	27,0	27,0
Suiza	12,5	6,0	13,0	13,0	13,5	14,0	14,0
Taiwan	4,0	3,0	4,0	5,0	5,0	5,0	5,0
Otros países productores	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	2,0
Otros países no productores	25,0	20,0	35,0	40,0	55,0	55,0	55,0
NO COI	450,5	463,5	535,0	582,5	651,5	650,5	654,5
TOTAL	636,0	600,7	652,0	704,8	769,0	832,6	775,6

Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)



4.4. Exportaciones

En lo que se refiere a la exportación, según el COI, los datos son los siguientes:

Tabla: exportaciones

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13 (Prov.)	2013/14 (Prev.)
Chipre	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
España	133,9	153,4	196,5	196,2	248,0	177,5	225,0
Francia	1,5	1,6	1,4	1,8	1,9	1,5	1,6
Grecia	9,8	11,0	12,0	13,0	15,5	11,0	13,0
Italia	180,2	176,9	195,1	223,5	233,2	216,4	243,0
Portugal	29,0	30,7	35,8	42,7	51,5	56,0	58,8
Eslovenia	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1
Otros	2,5	2,6	3,6	4,0	5,2	4,9	4,4
UE	357,0	376,2	444,4	481,3	555,5	467,4	546,0
Albania	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,0	5,5
Argelia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0
Argentina	18,5	14,0	19,0	12,0	23,5	12,0	21,0
Croacia	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Egipto	1,0	3,5	0,0	0,0	3,0	1,0	1,0
Irán	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Irak	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Israel	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	1,5	0,5
Jordania	2,0	1,5	2,0	1,0	1,0	1,5	1,0
Líbano	2,5	2,5	3,0	3,0	4,0	1,5	1,0
Libia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Marruecos	2,0	3,0	21,0	30,5	11,0	11,0	11,0
Montenegro	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Siria	20,0	15,0	18,0	23,0	25,0	25,0	25,0
Túnez	130,0	142,0	97,0	108,0	129,5	175,0	60,0
Turquía	15,0	31,0	29,5	12,0	20,0	30,0	50,0
COI	548,5	588,7	633,9	670,8	773,5	732,9	722,0
Arabia Saudita	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,50,5	
Australia	4,0	6,5	8,0	6,0	6,5	3,0	6,5
Brasil	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Chile	1,5	2,0	3,0	6,5	10,0	14,0	14,0
EE.UU.	3,0	3,0	2,5	3,0	4,5	6,0	6,0
Méjico	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Palestina	0,0	3,0	0,5	4,0	3,5	3,5	3,5
Suiza	0,0	0,0					0,0
Otros países productores	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
NO COI	14,0	20,0	19,5	25,0	30,0	32,0	35,5
TOTAL	562,5	608,7	653,4	695,8	803,5	764,9	757,5

Fuente: COI (noviembre 2013) (En miles de Tm)

4.5. Resumen estimaciones Deoleo

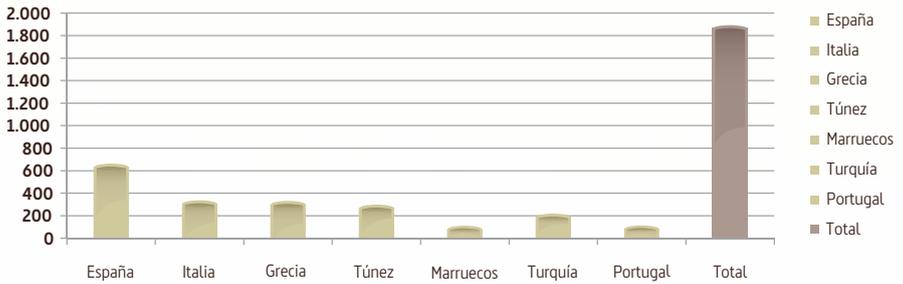
Según los datos recogidos por Deoleo, la estimación de producción para la campaña 2013/14 de los principales países productores de la cuenca mediterránea es la siguiente:

Tabla: precios de aceite de oliva virgen extra en Túnez

	2013/14
España	1.701,3
Italia	340
Grecia	230
Túnez	135
Marruecos	80
Turquía	130
Portugal	76
Total	2.692

Fuente: Deoleo (En miles de Tm)

Gráfico 31. Previsión producción 2013/14



Fuente: Deoleo (En miles de Tm)





deoleo

www.deoleo.eu