El sector oleícola mueve en el mundo entre 6.500 y 11.000 millones de euros

Noticias
Del sector del aceite viven más de 30 millones de personas en todo el mundo

La cifra de negocios del **sector oleícola mundial oscila en cada campaña entre los 6.500 y 11.000 millones de euros**, y de él viven más de 30 millones de personas, integradas en siete millones de familias, aunque tiene ante sí retos como la modernización de explotaciones y estructuras comerciales.

Así se desprende del trabajo denominado **"Análisis preliminar sobre el estudio internacional de costes de producción del aceite de oliva. Diagnóstico, conclusiones y recomendaciones"**, elaborado bajo la supervisión de la Dirección Ejecutiva del Consejo Oleícola Internacional.

Por su parte, el **número de hectáreas de olivar suma 11 millones** y están distribuidas por los actuales 47 países productores de aceite de oliva de los cinco continentes, mientras que, en la actualidad, este alimento se consume en más de 160 países. El informe valora que el sector internacional de elaboración de aceite de oliva es "estratégico" en lo económico y también muy importante en término de la "influencia e idiosincrasia por razones de consumo o producción" que ejerce a nivel global.

En el capítulo de recomendaciones, el informe aboga por el diseño y creación de estrategias y medidas encaminadas a la mejora de la competitividad de las explotaciones olivareras internacionales. En este punto, anima a "considerar la formación y transferencia de conocimiento" como una herramienta para optimizar costes en países con datos desfavorables. Recomienda asimismo potenciar la calidad y resaltar las características singulares, sobre todo de los aceites obtenidos a partir de los cultivos tradicionales.

La integración o concentración son claves, añaden, para la competitividad de las explotaciones olivareras y almazaras. Insta al sector, a realizar un "uso más acertado" de los subproductos, y buscar destinos y utilidades para los mismos a través de la investigación, desarrollo y evolución tecnológica.

Por otra parte, recomiendan al sector la transformación, donde la orografía, disponibilidad de agua y circunstancias de tamaño lo permitan, de olivares tradicionales en sistemas más intensivos, a lo que añaden el fomento de la promoción. Sobre este último aspecto, los expertos apuntan que se trata de "una de las medidas de mayor calado estratégico, en pro de incrementar la evolución del actual consumo y la valoración del producto por parte del consumidor mundial".

El trabajo, coordinado por María Isabel Gómez, del Departamento de Estadística del COI, está dirigido y redactado por José María Penco, ingeniero agrónomo y director de proyectos de AEMO y Juan Vilar, doctor en Economía y profesor en excedencia de la Universidad de Jaén.

Redacción