



**PROGRAMA NACIONAL  
DE DESARROLLO  
OLIVICOLA**



FUNDACION  
PARA LA INNOVACION  
AGRARIA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA





PROGRAMA NACIONAL  
DE DESARROLLO  
**OLIVICOLA**

*Cultivo del Olivo*  
Diagnóstico y Perspectivas

**Presidente**

Ministro de Agricultura

Ing. Agrónomo

Sr. Emiliano Ortega Riquelme

**Directora Ejecutiva**

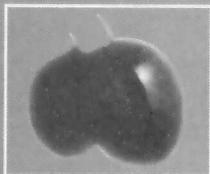
Ing. Agrónomo

Sra. Margarita D'Etigny

**Coordinadores**

Ing. Agrónomo, Sr. Hugo Trivelli

Ing. Agrónomo, Srta. Gabriela Casanova



## INTRODUCCION

**L**a transformación de la agricultura y la modernización del sector respetando la naturaleza, constituyen hoy uno de los desafíos más grandes en la historia de la agricultura nacional.

*En este objetivo se enmarca la búsqueda de nuevas alternativas productivas que ha caracterizado la labor del Ministerio de Agricultura en estos últimos años, que permitan la transformación y un mayor desarrollo del sector agrícola del país, aumentando su competitividad, tanto interna como externamente.*

*En esta búsqueda de nuevas opciones productivas para nuestra agricultura, la difusión de la olivicultura resulta ser una interesante alternativa de desarrollo, tanto para la producción de aceites finos como de frutos.*

*En el mundo existen alrededor de 9 millones de hectáreas de olivos, encontrándose el 97% de la superficie en la Cuenca del Mediterráneo. La producción mundial de oliva es de 8,5 millones de toneladas, destinándose el 90% a la obtención de aceites y un 10%, que se consume como aceituna de mesa.*

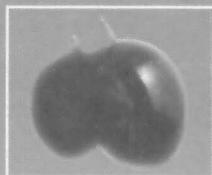
*Chile posee en vastas áreas condiciones edafoclimáticas óptimas para la plantación de huertos de alto rendimiento y gran calidad. Sin embargo, es esencial la modernización de los sistemas de producción e industrialización existentes, de manera que la olivicultura chilena sea capaz de competir en los mercados internacionales.*

*En virtud de estos antecedentes, el Ministerio de Agricultura en Septiembre de 1995, dio inicio al Programa de Desarrollo para la Olivicultura Nacional. Este programa tiene la responsabilidad de promover el desarrollo olivícola y coordinar a nivel ministerial acciones que permitan aprovechar las capacidades institucionales y el instrumental de fomento disponible en el país, para enfrentar los desafíos planteados.*

La responsabilidad de administración del Programa ha sido asignada a la Fundación para la Innovación Agraria (FIA) y cuenta con el apoyo de todos los organismos dependientes del Ministerio de Agricultura, especialmente, INDAP, INIA, ODEPA, SAG, SEREMIS, a través de un comité integrado por representantes de dichas entidades y con participación del sector privado, de modo de llevar a cabo en forma conjunta, una serie de actividades necesarias para el desarrollo del rubro.

La estrategia definida para la expansión de la olivicultura en Chile, teniendo en cuenta las ventajas que se presentan a nivel nacional, plantean entre otros lo siguiente :

- Identificar e internar al país material de propagación adecuado.
- Obtener asistencia técnica internacional tanto para el desarrollo agronómico como industrial de la actividad.
- Ampliación de superficies plantadas con material de alto rendimiento.
- Especialización de cuadros técnicos en el cultivo, la industrialización y el manejo de viveros de olivos.
- Industrialización de las olivas aprovechando capacidades instaladas existentes.
- Evaluación del material internado al país, en términos de adaptación a condiciones locales, productividad, comparación con variedades ya introducidas anteriormente, calidad de la producción y procesos industriales, entre otros.
- Venta del aceite en el mercado nacional e internacional
- Generación de pequeñas plantas elaboradoras de aceite de oliva, de alta tecnología.
- Establecer un estándar de calidad chileno comparable a otros aceites



**ACEITE  
DE OLIVA**



*E*l aceite de oliva es el aceite procedente únicamente del fruto del olivo (*Olea europaea sativa* Hoff. y Link), con exclusión de los aceites obtenidos por disolventes o por procedimientos de reesterificación y de toda mezcla con aceites de otra naturaleza.

El aceite de oliva corresponde aproximadamente al 3% de la producción mundial de aceites; en la cual los aceites más importantes son los de soya, palma, maravilla y raps (FAO, 1995).

## **1. Distribución Mundial**

### **1.1 Superficie y Localización Actual**

El olivo prospera esencialmente en la zona de clima mediterráneo, caracterizada por inviernos dulces, otoños o primaveras lluviosas, veranos secos y cálidos y una gran luminosidad. Representa la especie autóctona de la Cuenca Mediterránea. En el hemisferio Norte, su zona de distribución se sitúa entre las latitudes 30° y 45°. Es cierto que el olivo crece en cualquier parte, pero su fructificación se ve afectada por el exceso o por la falta de temperatura durante la estación fría. En el hemisferio Sur, la mayoría de las plantaciones se encuentran a latitudes similares (COI, 1994).

En el mundo existen alrededor de 9 millones de hectáreas de olivos (750 millones de pies de olivos plantados), encontrándose el 97% de esta superficie en la Cuenca del Mediterráneo.

En dicha Cuenca se concentra el 82% del consumo mundial y el 93% de la producción de aceite de oliva. España, Italia, Grecia y Túnez concentran la mayor parte de dicha producción, proveniente de 5,4 millones de ha de huertos olivareños dedicados tanto a aceite como a oliva de mesa.

Si bien, España, Italia y Grecia son los principales productores y exportadores mundiales de aceite de oliva, enfrentan actualmente dificultades tanto para mantener como para expandir competitivamente su olivicultura, debido a un alto costo de la mano de obra, limitaciones de agua de riego y a un fuerte tradicionalismo empresarial y tecnológico.

### **1.2 Area Potencial de Expansión**

A pesar de la marcada tendencia al aumento del consumo de aceite de oliva a nivel mundial, existen factores limitantes para el incremento de la producción en la Cuenca del Mediterráneo.

*En las proyecciones del COI para el año 2000, se afirma que a nivel mundial el patrimonio oleícola ha evolucionado muy lentamente en relación a las otras especies arbóreas. Es así como las plantaciones importantes de los años 60 y 70 se encuentran actualmente en una fase de plena producción y que las replantaciones realizadas no son lo suficientemente importantes como para modificar profundamente la tendencia actual y a medio plazo de la producción.*

*Se afirma también que ningún país persiguió una política ambiciosa de expansión de las superficies con olivos para aceite, capaz de modificar sustancialmente la situación actual del patrimonio oleícola. Todo crecimiento de la producción fue pues esencialmente el resultado de las mejoras culturales aportadas a la oleicultura y de la incidencia de las condiciones climáticas en las regiones productoras.*

*No existen nuevas áreas importantes para destinar a la olivicultura en la región Mediterránea. La olivicultura moderna sólo puede ser concebida en zonas con adecuada disponibilidad hídrica (riego). Aún con una pluviosidad media de 700-750 mm, como ocurre en algunas zonas de Italia y Grecia, se requiere riego suplementario en el período estival. De hecho las mejores zonas para el cultivo del olivo, desde el punto de vista edafoclimático, son los sectores cálidos donde la limitante es la disponibilidad de agua.*

*Considerando la situación antes expuesta, es posible concluir que la producción de aceite de oliva en la Cuenca del Mediterráneo, no podrá crecer en el futuro para abastecer el creciente mercado mundial, por lo que es necesario buscar nuevas áreas de cultivo del olivo.*

*El nuevo polo de producción se ubicaría en Sudamérica (Argentina, Chile y tal vez otros), Norteamérica (México, Estados Unidos), Sudáfrica, Australia y Nueva Zelandia.*

## **2. Distribución Nacional**

### **2.1 Superficie y Localización Actual**

*En Chile las plantaciones de oliva se encuentran estabilizadas en las 3 mil has y la mayor parte de las mismas están dedicadas a la producción de olivas de mesa.*

*En cuanto a la distribución de superficie por regiones, el olivo se encuentra desde la I a la VIII región, y en los últimos años, en microclimas de la IX región. Sin embargo, las plantaciones se concentra en la III región con más del 50% del total nacional (Cuadro 1).*

*La producción interna de aceite de oliva proviene principalmente de plantaciones del valle del Huasco, Valle del Limarí (Cerrillos de Tamaya) y Sagrada Familia, que*

*difícilmente superan las 350 ha. Las plantaciones datan en su mayoría de los años 50, se componen de variedades poco productivas (unas 3-4 ton de olivas/ha, rendimiento aceitero de 16-18%) y son en general manejadas con tecnología inadecuada. Las plantas de extracción de aceite datan de la misma década y corresponden a generaciones tecnológicas ya superadas. Tanto los factores agrícolas como industriales explican las bajas calidades de los aceites chilenos.*

*La producción de aceite de oliva que proviene de la VII Región, representa a lo máximo un 16% de la oferta total del producto. La plantaciones de olivo en esa región alcanzan las 84 ha que datan del año 1946 y las más recientes (6 ha) del año 1986.*

### **CUADRO 1. SUPERFICIE PLANTADA DE OLIVOS POR REGIONES.**

| <b>Regiones</b> | <b>Hectáreas</b> | <b>Localidades Principales</b>                           |
|-----------------|------------------|--|
| I               | 970              | Valle Azapa  |
| III             | 1.127            | Valle Huasco y Copiapó                                   |
| IV              | 325              | Comuna Ovalle  |
| V               | 212              | Jahuel, Tierras Blancas, El Asiento y Rinconada de Silva |
| VI              | 114              | Peralillo y Pichidegua                                   |
| VII             | 84               | Sagrada Familia  |
| VIII            | 22               | Comuna Portezuelo, Bulnes, Florida y Sta. Juana          |
| <b>TOTAL</b>    | <b>2.854</b>     |  |

**C**  
Fuente:  
CIREN-CORFO, 1992

*Nota: Esta información no incluye la existencia de olivos marginados de su explotación comercial*

*Las principales variedades aceiteras presentes en Chile, en cuanto a superficie son Aceitero (14%), Empeltre (7%) y Liguria (6%).*

## **2.2 Area Potencial de Expansión**

*El olivo es una típica planta del mediterráneo cálido. Dada sus características climáticas, Chile podría convertirse en el futuro en un país olivícola.*

*El desarrollo de la olivicultura se puede llevar a cabo entre la I y VII región, con algunas áreas también en la VIII y IX, teniendo en cuenta las condiciones de microclima de cada localidad, destacándose la zona centro sur para la producción de aceites.*

## **3. Mercados y Tendencias Mundiales**

### **3.1 Mercado Mundial**

*La producción mundial de aceite de oliva corresponde aproximadamente al 18% de la producción mundial de aceitunas, alcanzando cerca de 2 millones de toneladas en 1995 (FAO, 1995). En la cuenca del Mediterráneo se produce el 92% de esta producción y en países de la Unión Europea, el 73%. Los principales productores y exportadores mundiales son España, Italia y Grecia, con producciones que alcanzaron 521 mil, 480 mil y 375 mil toneladas, respectivamente, en la temporada 1993/94 (Cuadro 2) y exportando hacia afuera de la Unión Europea un total de 192 mil toneladas.*

Como se observa en Cuadro 2, regionalmente se destacan en orden decreciente Europa (España), Asia (Turquía) y África (Túnez).

**CUADRO 2. PRODUCCIÓN MUNDIAL EN MILES DE TONELADAS DE ACEITE DE OLIVA (temporada 1993/94).**

| Región<br>País     | 1993         | 1994         | Participación<br>% |
|--------------------|--------------|--------------|--------------------|
| <b>Mundial</b>     | <b>2,040</b> | <b>1,947</b> | <b>100.0%</b>      |
| África             | 332          | 230          | 11.8%              |
| Túnez              | 246          | 142          | 7.3%               |
| Marruecos          | 45           | 56           | 2.9%               |
| Algeria            | 22           | 14           | 0.7%               |
| Egipto             | 12           | 12           | 0.6%               |
| Libia              | 8            | 6            | 0.3%               |
| <b>América N-C</b> | <b>4</b>     | <b>4</b>     | <b>0.2%</b>        |
| EE.UU.             | 3            | 3            | 0.2%               |
| México             | 1            | 1            | 0.1%               |
| El Salvador        | 1            | 1            | 0.1%               |
| <b>América Sur</b> | <b>10</b>    | <b>11</b>    | <b>0.6%</b>        |
| Argentina          | 8            | 10           | 0.5%               |
| <b>Chile</b>       | <b>1</b>     | <b>1</b>     | <b>0.1%</b>        |
| Asia               | 141          | 286          | 14.7%              |
| Turquía            | 58           | 139          | 7.1%               |
| Siría              | 66           | 98           | 5.0%               |
| Jordania           | 9            | 15           | 0.8%               |
| Líbano             | 3            | 9            | 0.5%               |
| Chipre             | 3            | 3            | 0.2%               |
| Irán               | 2            | 2            | 0.1%               |
| <b>Europa</b>      | <b>1,552</b> | <b>1,416</b> | <b>72.7%</b>       |
| España             | 613          | 521          | 26.8%              |
| Italia             | 623          | 480          | 24.7%              |
| Grecia             | 275          | 375          | 19.3%              |
| Portugal           | 36           | 34           | 1.7%               |
| Croacia            | 2            | 3            | 0.2%               |
| Francia            | 2            | 2            | 0.1%               |
| Eslovenia          | 1            | 1            | 0.1%               |
| Albania            |              |              | 0.0%               |
| Yugoeslavia        |              |              | 0.0%               |

*En los últimos años, diversos países han comenzado a expandir sus plantaciones de olivos, con miras a conquistar los nuevos mercados que están consumiendo en forma creciente el producto, es decir, Estados Unidos, Canadá y Japón. En el hemisferio norte las plantaciones se han desplazado a algunos países ya productores del Norte de África (particularmente Túnez y Marruecos) y se han iniciado programas de ensayos/plantaciones para el desarrollo moderno del cultivo tanto en México como en los Estados Unidos (este último ha sido tradicionalmente productor de aceituna de mesa).*

*Argentina lidera la expansión de la superficie olivícola en el hemisferio Sur, con un ambicioso programa de incentivo por la vía de diferimientos tributarios para plantaciones que se realicen en la Provincias de La Rioja, Catamarca y San Juan. El programa apunta a la plantación de 30 mil ha, de las cuales se estima que un 40% se destinaría a la producción de aceite y el resto a aceituna de mesa. Tanto en Sudáfrica como en Australia han iniciado recientemente programas de introducción de tecnología moderna para el cultivo del olivo aceitero.*

*El consumo mundial de aceite de oliva alcanza a 1,9 millones de toneladas que comparado con la producción, demuestra que existe un déficit que ha sido superado en los últimos años gracias a las cantidades almacenadas en períodos anteriores. El 71% de esta cifra es consumida en los países de la Unión Europea, los cuales tienen tradición de consumo del producto.*

### **3.2 Mercado Potencial**

*La evolución del consumo es tributaria de las políticas practicadas en la materia por los países consumidores, es así como para algunos de ellos, el desarrollo del consumo se ve favorecido por una política de apoyo, generalmente por subvenciones al consumo. Se han realizado también importantes acciones promocionales para incitar a los consumidores a basar su elección en el empleo de aceite de oliva en su dieta alimenticia, tanto por sus beneficios sobre la salud, su sabor y por el hecho que tanto su cultivo como industrialización no son agresivos para el medio ambiente. Esto último ha desencadenado un consumo explosivo del producto en mercados tan interesantes como los de Estados Unidos, Canadá, Japón y otros.*

*Según FAO, 1995, las cifras mundiales de 1993 indican que las importaciones (730.000 ton) corresponden al 36% de la producción mundial de aceite de oliva y se realizan en prácticamente todos los países del mundo (135 países). Las regiones más importantes son en orden decreciente Europa, América del Norte, Asia, África, América del Sur y Oceanía.*

*En Europa, Italia importa el 41% del total mundial con casi 300 mil toneladas. Estados Unidos importa 122.000 Ton con casi el 17% del total mundial. En Asia*

son importantes Arabia Saudita, Japón, Siria y China, mientras que en África destacan Libia y Marruecos. Brasil en América del Sur importa cerca de 17.000 Ton, cifra igual a lo importado por Australia.

El balance de 26 países más la UE, se muestra en el siguiente Cuadro:

**CUADRO 3. ACEITE DE OLIVA. BALANCE CIFRAS MUNDIALES (miles de Ton).**

|       | <b>Stock</b> | <b>Producción</b> | <b>Importación</b> | <b>Consumo</b> | <b>Exportación</b> | <b>Stock</b> |
|-------|--------------|-------------------|--------------------|----------------|--------------------|--------------|
| 93/94 | 548          | 1.736             | 373,5              | 1.891          | 373                | 393,5        |
| 94/95 | 393,5        | 1.745             | 400,5              | 1.826,5        | 374                | 338,5        |

**C**  
Fuente:  
FAO, 1995.

La relación stock/consumo para el año 1993/94 fue de 20,8% y para el año 1994/95 descendió a 18,5%. A partir de la campaña 1992/93 el consumo ha sobrepasado a la producción en cerca de 100 mil toneladas (FAO, 1995).

En el Cuadro que sigue se muestra el conjunto de países a los que se podría orientar una producción de aceites de oliva chilenos de buena calidad, sus niveles de consumo, tasas anuales de crecimiento en los últimos 10 años y los países competidores por el producto.

**CUADRO 4. MERCADOS DE ALTO CRECIMIENTO, META PARA ACEITE DE OLIVA (miles de ton).**

| País         | Consumo 1994 (miles Ton) | Crecimiento Ultimos Años % | Importaciones |                |
|--------------|--------------------------|----------------------------|---------------|----------------|
|              |                          |                            | (milesTon)    | Proveedores    |
| Chile        | .72                      | 10%                        | .57           | Arg., España   |
| EE.UU        | 140                      | 9.2%                       | 108           | Italia, España |
| Canadá       | 12                       | 10.5%                      | 12            | Italia, España |
| Japón        | 3                        | 12.0%                      | 3             | Italia, España |
| Australia    | 17                       | 13.3%                      | 16            | España, Italia |
| Brasil       | 7                        |                            | 7             | Esp., Portugal |
| <b>TOTAL</b> | <b>180</b>               | <b>10%</b>                 | <b>146</b>    |                |

**Fuente:**  
 Proyecto Desarrollo de Nuevas Oportunidades de Negocio en el sector agrícola, Convenio Ministerio de Agricultura Fundación Chile, 1995.

### 3.3 Situación del Mercado en Chile

La producción nacional de aceite de oliva se estima en unas 200 toneladas, cifra que varía anualmente, dado el extremo añerismo del cultivo. Aunque el mercado interno es modesto, es fuertemente creciente, lo cual nos señala un punto de partida para colocar las primeras producciones nacionales del producto. Al alcanzarse mayores volúmenes, Chile podrá aspirar a penetrar los mercados emergentes del producto en el exterior.

Chile no ha escapado a la tendencia creciente en el consumo de aceite de oliva: su consumo de 200 toneladas en el año 1990 se multiplicó casi por cuatro en 1994 a 765 toneladas, con importaciones del producto que alcanzaron US\$ 1,6 millones. Las expectativas de crecimiento del mercado interno serían bastante superiores al 10% anual durante los próximos años.

*De acuerdo con la FAO, 1995, en Chile las importaciones de aceite de oliva, han incrementado de:*

- 1991 154 ton, US\$ 440 mil
- 1995 775 ton, US\$ 2.872 mil

*Los principales países abastecedores son Argentina, Portugal, Grecia, Italia y Brasil.*

*Los aceites de oliva que se venden en los supermercados chilenos corresponden a calidades compradas por los segmentos medios a bajos en los Estados Unidos. Su precio al detalle, independientemente del origen, es de aproximadamente US\$ 7/litro, excluyendo el IVA. En el mercado chileno, los precios al detalle de los aceites importados (neto de IVA) fluctúan entre los US\$ 5,50 (una marca argentina) y los US\$ 11,60 por litro (una marca griega), mientras que los producidos en Chile se mueven entre los US\$ 6,60 y los US\$10,50. Si bien el mercado del aceite de oliva es tan segmentado como el de los vinos en países conocedores del producto, el consumidor chileno aún no ha llegado a diferenciar sus sabores y calidades como para que se desarrolle un mercado similar en Chile. El aceite nacional extra-virgen es de muy buena calidad y se vende en Chile a precios superiores a las marcas importadas.*

*Nuestras exportaciones tienen los más variados destinos como: Argentina, Bolivia, Perú y Suecia.*

*Sin embargo, según FAO, 1995, a partir de 1993 las exportaciones han disminuido, y en 1995 no se exportó aceite de oliva. Los precios de exportación varían de US\$4.660/ton a US\$ 2.338/ton, en comparación el precio promedio mundial del aceite de oliva es de US\$2.210/ton. Las causas de la disminución de las exportaciones pueden ser: mayor consumo interno, menor producción nacional, y calidad y precios comparativos.*

#### **4. Competitividad de la Producción Chilena**

*Chile cuenta con factores favorables para competir internacionalmente en los mercados de aceite de oliva, dentro de los cuales cabe mencionar:*

- Un potencial para una olivicultura de unas 15 mil hectáreas; con una mayor ventaja climática para la producción de aceites vírgenes.*
- Los países productores de la UE particularmente Italia, tienen dificultades para expandir su olivicultura en el futuro. Sus limitaciones consisten en un alto costo de mano de obra, falta de agua de riego y problemas de tratamientos de efluentes producto del proceso industrial, entre otros.*

- *La distribución de este producto en el exterior puede aprovechar con gran ventaja los canales y prestigio ya reconocido de los vinos chilenos.*
- *El subsidio comunitario a la producción de aceite (US\$ 1.70/Kg.) sería trasladado gradualmente a la promoción del producto y eventualmente reducido, esta promoción también beneficiaría a productores de aceite extracomunitarios. La OMC postula el compromiso de reducir las exportaciones de la UE subvencionadas. Partiendo de la base de 148.000 toneladas (promedio 1986-1990), el volumen de las exportaciones subvencionadas en el año 2000 no debería sobrepasar las 117.000 toneladas. Lo que representa el 21% de las exportaciones normales de Europa y el 16% de las exportaciones mundiales (FAO, 1995).*

*Por otra parte, los principales problemas para el desarrollo de la olivicultura chilena son:*

- *La falta de variedades de buen rendimiento, el mal manejo de viveros y plantaciones, y la anticuada tecnología a nivel de plantas procesadoras.*
- *En la actualidad la diferenciación de producto es poco manifiesta en los Estados Unidos y nula en Chile. Sin embargo, al igual que en el caso del vino, puede preverse una diferenciación creciente que favorecería en precio al producto de alta calidad.*

## **5. Perspectivas de Desarrollo del Negocio**

*Por su tamaño y rápido crecimiento, tanto el mercado nacional como el de los Estados Unidos presentan condiciones que parecen atractivas para un negocio de producción de aceite de oliva en Chile.*

*De acuerdo a las proyecciones del COI para el año 2000, teniendo en cuenta la evolución registrada a nivel mundial durante el período 1981/82 - 1992/93, es decir, 12 campañas, la media se sitúa a un nivel de 1.696.000 Ton con una desviación típica del orden de 242.000 Ton. Dadas las fluctuaciones naturales y regulares de la producción de aceite de oliva, la media de las máximas se sitúa en 1.860.300 Ton y la de las mínimas en 1.531.700 toneladas.*

*El crecimiento anual global que resulta es de 1,6%, y el de las máximas y el de las mínimas evoluciona a un ritmo de 2,9% y de 1,4% respectivamente.*

*Partiendo de estos elementos y las consideraciones desarrolladas en el primer capítulo del presente documento, la proyección en el año 2000, a nivel mundial, situaría la producción media de aceites de oliva en una cifra aproximada de 2.070.100 Ton; la media de las máximas se situaría en 2.442.000 Ton y la de las mínimas en 1.826.000 toneladas.*

*El consumo mundial de aceite de oliva ha tenido una evolución relativamente más regular que la de la producción durante el período de referencia (1981/82 - 1992/93). Tras haberse situado en 1.600.000 Ton a comienzos de los años 80, ha alcanzado prácticamente 1.900.000 Ton a final del período de referencia.*

*La media general se eleva a 1.737.500 toneladas. El crecimiento anual del consumo se calcula en una tasa de 1,0%, contra 1,6% para la producción.*

*A pesar de la diferencia entre las tasas de incremento de la producción (1,6%) y del consumo (1,0%), no existen en la actualidad problemas de stocks residuales que pesen sobre el sector. En efecto, el juego de las fluctuaciones de la producción unido al ritmo de crecimiento del consumo y a la necesidad de la constitución de stocks reguladores para hacer frente a los efectos de las irregularidades de las cosechas, tiende hacia el equilibrio armonioso de los dos parámetros (COI, 1994).*

*Sin embargo, en el informe de la 7ª Reunión del Comité Consultivo del Aceite de Oliva y de las Aceitunas de Mesa del COI, de abril de 1995, se afirma que a pesar de los informes oficiales mundiales según los cuales el nivel de la producción sería satisfactorio en el futuro, se estima que la oferta (producción más existencias de remanente) sería inferior al menos en un 25% a la demanda esperada en 1995.*

*Según fuentes no oficiales, la producción sería de un 25 a un 30% inferior a la avanzada por los informes oficiales.*

*Es así como en la información entregada en el Proyecto de Desarrollo de Nuevas Oportunidades de Negocio para el Sector Agrícola (Convenio Ministerio de Agricultura/Fundación Chile), se indica que los aumentos en el consumo mundial de aceite de oliva previstos para el futuro, que lideran los Estados Unidos con crecimientos del orden del 10% a 12% anual en ese país, difícilmente podrán ser suplidos por los grandes productores europeos. Se produciría un déficit en el abastecimiento mundial de aceite de oliva del orden de 140 mil toneladas hacia el año 2000, incluyendo una reducción de la oferta italiana. Para cubrir dicho déficit se requerirían unas 110.000 toneladas adicionales hacia ese año, equivalente a la producción plena de 74.000 ha. Proyecciones para el año 2005 hacen prever un faltante adicional de 90 mil toneladas para dichos mercados, equivalente a otras 60.000 hectáreas. La mayor parte de esa superficie aún no ha sido plantada, lo que generará presiones de alza en los precios internacionales del producto, mejorando así la rentabilidad del negocio.*

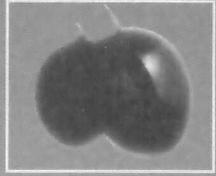
*El precio internacional del aceite de oliva ha sido poco interesante en el pasado para atraer la atención de nuevos inversionistas, sin embargo en los últimos años ha mostrado tendencias al alza y comienza a pagar un premio por los aceites de marca o alta calidad. En el caso de los Estados Unidos, los precios al detalle en*

supermercados (California) fluctúan entre los US\$ 4,99 y US\$ 15,60 por litro. Sin embargo, a nivel de marcas "top" se paga en promedio US\$ 44 por los de origen italiano, US\$ 23 por los españoles y US\$ 12 por los griegos. En los próximos diez años podría esperarse una segmentación creciente del mercado de origen y calidad, similar a la que ha ocurrido en los vinos.

Se estima que el consumo nacional alcanzaría a 1.400 toneladas hacia el año 2000 y a alrededor de 1.900 toneladas en el año 2005, requiriéndose la producción de 400 y 350 hectáreas adicionales para abastecer los respectivos volúmenes crecientes al consumo de 1995. Dentro de estos incrementos también podría esperarse una segmentación del mercado, con un premio a los aceites de alta calidad.

En consecuencia, existen antecedentes que permiten estimar que el mundo requerirá de la producción de unas 130.000 hectáreas adicionales para satisfacer los crecimientos en el consumo en los próximos diez años. En este contexto y considerando superficies con condiciones agroclimáticas adecuadas para el cultivo, podría concebirse para Chile una olivicultura aceitera de unas 15.000 hectáreas en el largo plazo. En un horizonte más modesto que considere la dinámica en que se desarrollan los nuevos negocios, puede pensarse que de aquí al año 2000 podría haber plantadas unas 4.000 hectáreas. Dicha superficie, plantada en forma progresiva hasta el fin de siglo a partir de 300 hectáreas el año 1996, generaría una producción equivalente a un 53% del consumo nacional y a un 0,25% del incremento del consumo mundial en el 2005.

Iniciativas recientes, que van desde programas de investigación aplicada (México, Estados Unidos, Australia, SudAfrica) hasta inversiones significativas en nuevas plantaciones comerciales (Argentina), revelan el interés que hoy día existe por buscar participación en el mercado internacional del aceite de oliva.



**OLIVAS  
DE MESA**



La aceituna de mesa es el fruto proveniente del olivo (*Olea Europaea*), el cual se cosecha en distintos estados de madurez de acuerdo al producto que se quiera obtener (aceituna verde o negra) y luego es sometido a un proceso industrial para ser consumido finalmente en forma preparada o conservada.

## **1. Distribución Nacional**

### **1.1 Superficie y Localización Actual**

En Chile las plantaciones de oliva se encuentran estabilizadas en las 3 mil hectáreas, al menos desde 1965, año desde el cual se dispone de información completa. La mayor parte de las mismas están dedicadas a la producción de olivas de mesa, las que se exportan preparadas o conservadas.

En cuanto a la distribución de superficie por regiones, el olivo de mesa se encuentra en la I y desde la III a la VI región. Sin embargo, las plantaciones se concentran en la III región con más del 50% del total nacional. Otras regiones que se destacan son la IV y la V región.

Las principal variedad de mesa presente en Chile, en cuanto a superficie es la Sevillano (61%), predominante en prácticamente todas las regiones que se cultiva el olivo. Se encuentran también las variedades Azapa, que según la literatura mundial es una variedad local, Ascolana y Araucana.

### **1.2 Area Potencial de Expansión**

Chile posee en muchas áreas condiciones edafoclimáticas únicas para la plantación de huertos de alto rendimiento y gran calidad. Sin embargo, es esencial la modernización de los sistemas de producción e industrialización existentes, de manera que la olivicultura chilena sea capaz de competir en los mercados internacionales.

La expansión de la olivicultura para aceituna de mesa se puede llevar a cabo preferentemente en las regiones III, IV, V y Metropolitana.

## **2. Mercados y Tendencias Mundiales**

### **2.1 Mercados Mundiales**

La producción media a nivel mundial para los últimos 3 años es de 930 mil toneladas, siendo el 80% de este total proveniente de países clasificados como productores y principalmente exportadores.

España es el principal productor de aceitunas del mundo, con una producción de aceitunas de mesa de unas 200.000 Ton, seguido de Estados Unidos que producen alrededor de 120.000 toneladas. Turquía se sitúa en tercer lugar, con una pro-

ducción estimada de unas 100.000 Ton, seguido de Italia con más de 80.000 Ton aproximadamente (Cuadro 5).

Vienen a continuación Marruecos y Siria (alrededor de 70.000 Ton cada uno); a partir de la campaña 1989/90, Marruecos sobrepasa a Grecia, cuya producción se establece actualmente en 60.000 toneladas.

Egipto, que produce unas 50.000 Ton, es el único país entre el resto de los países productores cuya producción ha sobrepasado las 50.000 Ton en los últimos años. Hay que señalar también que Argentina figura como un importante productor y exportador mundial, contribuyendo de forma significativa a este mercado con una producción de más de 30.000 toneladas (Cuadro 5).

Por otro lado la participación de la CE dentro de la producción mundial ha ido disminuyendo, del 51% en 1989/90 llegó al 39% en la temporada anterior.

#### **CUADRO 5. PRODUCCIÓN Y EXPORTACIONES MUNDIALES DE OLIVAS DE MESA (Temp. 1993/94).**

| <b>País/Area</b>                     | <b>Producción<br/>(miles de Ton)</b> | <b>(%)</b> | <b>Exportación<br/>(miles de Ton)</b> |
|--------------------------------------|--------------------------------------|------------|---------------------------------------|
| <b>UE</b>                            |                                      |            |                                       |
| España                               | 205                                  | 22         | 130                                   |
| Italia                               | 90                                   | 10         |                                       |
| Grecia                               | 60                                   | 6          | 35                                    |
| Otros países                         | 18                                   | 2          | 3.5                                   |
| <b>Oriente Medio/Norte de Africa</b> |                                      |            |                                       |
| Turquía                              | 100                                  | 11         | 10                                    |
| Marruecos                            | 80                                   | 9          | 47                                    |
| Egipto                               | 40                                   | 4          |                                       |
| Siria                                | 70                                   | 7          |                                       |
| Otros países                         | 60                                   | 6          |                                       |
| <b>Américas</b>                      |                                      |            |                                       |
| Estados Unidos                       | 118                                  | 13         | 6                                     |
| Argentina                            | 35                                   | 4          | 20                                    |
| Perú                                 | 13                                   | 1          |                                       |
| México                               | 10                                   | 1          | 6.5                                   |
| <b>Chile</b>                         | 7                                    | 0.75       |                                       |
| Brasil                               | 1                                    |            |                                       |
| Otros Países                         | 29                                   | 3          | 15                                    |
| <b>TOTAL MUNDIAL</b>                 | <b>936</b>                           | <b>100</b> | <b>273</b>                            |

Fuente:  
Estudio de la Industria y del Mercado  
Mundial de las Aceitunas de Mesa. Consejo  
Oleícola Internacional (COI), 1995.

*En líneas generales, todos estos países satisfacen ampliamente sus propias necesidades, con excepción de Italia y de los Estados Unidos, países que necesitan importar cantidades importantes, especialmente de aceitunas aderezadas en verde procedentes de España, para satisfacer la demanda.*

*En realidad, Italia produce una gama muy variada de productos procedentes de un gran número de variedades; sin embargo, por razones heterogéneas, de organización y de precio, estos productos no pueden competir con los elaborados en masa, procedentes de España.*

*Por lo que respecta a Estados Unidos, las aceitunas ennegrecidas por oxidación de la variedad Manzanillo, que constituyen la especialidad de California, satisfacen prácticamente la mayor parte de la demanda de aceitunas negras, pero este país debe proceder a importaciones de aceitunas principalmente de la variedad Manzanilla procedentes de España, para hacer frente a la demanda de aceitunas de mesa aderezadas en verde.*

*Aunque todos los países mencionados sean al mismo tiempo productores importantes de aceitunas de mesa, sólo unos pocos son exportadores importantes (Cuadro 5). España exporta alrededor del 65% de su producción, Marruecos, Argentina y Grecia alrededor del 60%, 60% y 50%, respectivamente.*

*Turquía exporta algo más del 10% de su producción, mientras que las exportaciones de EE.UU. y de Italia, de Siria y de Egipto, son muy pequeñas o nulas (Cuadro 5).*

*En consecuencia, sólo uno de los cuatro principales países productores, España, exporta cantidades considerables de aceitunas de mesa.*

*En el Cuadro 6 se puede observar como a nivel mundial, no se registra un crecimiento positivo en la producción, constatándose grandes fluctuaciones. Referente a las exportaciones, se registra un descenso de un 2% anual en los últimos años, estimándose una nueva baja para 1994/95. En cambio el consumo de aceituna de mesa tiende a situarse sobre la producción, es así como el crecimiento medio anual entre las temporadas 89/90 y 93/94 fue de un 1,7% para el consumo y un -1,8% para la producción.*

#### **CUADRO 6. OLIVAS DE MESA, CIFRAS MUNDIALES EN MILES DE TONELADAS.**

| <b>Período</b> | <b>1990/91</b> | <b>1991/92</b> | <b>1992/93</b> | <b>1993/94</b> | <b>1994/95</b> |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Producción     | 950            | 969            | 1.000          | 900            | 917            |
| Consumo        | 941            | 945            | 995            | 958            | 976            |
| Exportación    | 207            | 210            | 198            | 192            | 184            |

**Fuente:**  
 Proyecto Desarrollo de Nuevas  
 Oportunidades de Negocio en el sector  
 agrícola, Convenio Ministerio de  
 Agricultura/Fundación Chile, 1995.

Los principales mercados de consumo con una cuota significativa de importación en la temporada 93/94 son, por orden decreciente (cifras aproximadas) en toneladas de consumo (COI, 1995) :

|   |         |
|---|---------|
| <input type="checkbox"/> Estados Unidos | 170.000 |
| <input type="checkbox"/> España         | 130.000 |
| <input type="checkbox"/> Italia         | 130.000 |
| <input type="checkbox"/> Francia        | 25.000  |
| <input type="checkbox"/> Brasil         | 21.000  |
| <input type="checkbox"/> Alemania       | 16.000  |
| <input type="checkbox"/> Canadá         | 12.000  |
| <input type="checkbox"/> Australia      | 9.000   |

Todos los demás países productores importantes como Turquía, Grecia, Siria, Egipto, Marruecos, Argentina y Portugal cubren las necesidades de sus propios mercados prácticamente en un 100%, por lo que no ofrecen ningún interés para los exportadores excepto para pequeñas cantidades.

Los otros mercados de interés para los exportadores son pequeños consumidores per se, pero su consumo sigue una tendencia creciente en la mayoría de los casos. Se trata en particular de los siguientes países en orden decreciente en toneladas de consumo en la temporada 93/94 (COI, 1995):

|                                       |       |
|---------------------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> Reino Unido  | 3.700 |
| <input type="checkbox"/> Países Bajos | 3.200 |
| <input type="checkbox"/> Bélgica      | 2.800 |
| <input type="checkbox"/> Suecia       | 2.300 |
| <input type="checkbox"/> Suiza        | 2.300 |
| <input type="checkbox"/> Austria      | 1.800 |
| <input type="checkbox"/> Finlandia    | 1.000 |
| <input type="checkbox"/> Dinamarca    | 1.000 |
| <input type="checkbox"/> Japón        | 1.000 |

Los principales mercados de consumo antes mencionados, son todos mercados donde el producto consumido tradicionalmente ha sido la aceituna rellena con pimiento. Este modo de preparación sigue constituyendo la mitad o un tercio de las importaciones procedentes de España, efectuadas por países como Alemania, Países Bajos y Bélgica, entre otros.

En estos mercados, la evolución está marcada por tendencias a la diversificación con el fin de disponer de un surtido más amplio de sabores y de combinaciones.

La tendencia general observada en todos los países industrializados es hacia un producto más sofisticado; esto significa un retroceso de las aceitunas enteras y un incremento de las aceitunas deshuesadas, y un abandono de las aceitunas menos sabrosas, como la Hojiblanca, a favor de la Manzanilla.

Una de las principales tendencias en materia de exportaciones en los Estados Unidos es el aumento de la oferta de aceitunas negras en rodajas y en trozos para el mercado de las pizzas (especialmente para el sector del "food service").

## 2.2 Situación del Mercado en Chile

La producción total estimada para Chile es de 10.000 toneladas, de las cuales 1.200 Ton se destinan a aceite. En los últimos 5 años (1991 a 1995), de acuerdo a las cifras de ODEPA, 1996, se ha exportado un volumen promedio cercano a las 1.500 Ton e importado un promedio superior a las de 500 Ton (aceitunas en salmuera y conservadas), siendo el principal mercado Brasil con un 87% (Cuadro 7). Prácticamente la totalidad de los exportadores se ubican en la categoría de aceitunas provisionalmente preservadas.

**CUADRO 7. EXPORTACIONES CHILENAS DE OLIVAS DE MESA. DESTINOS EN 1995 (aceituna en salmuera)**

| PAIS DE DESTINO | TONELADAS      | %           |
|-----------------|----------------|-------------|
| Brasil          | 1.324,5        | 87%         |
| Venezuela       | 65,3           | 4%          |
| Kuwait          | 12,9           | 0,8%        |
| EE.UU.          | 75,9           | 5%          |
| Nueva Zelandia  | 22,9           | 1,5%        |
| Australia       | 13,2           | 0,9%        |
| Colombia        | 12,5           | 0,8%        |
| Otros           | 0,8            | 0,05%       |
| <b>Total</b>    | <b>1.528,0</b> | <b>100%</b> |

Fuente:  
ODEPA, 1996.

El número de importadores de volúmenes significativos de aceituna de mesa es relativamente reducido en el mundo.

Los principales mercados de importación son los EE.UU. (unas 70.000 toneladas) y la UE (alrededor de 110.000 toneladas). Los principales países importadores durante la temporada 93/94 de la UE son:

- Italia, alrededor de 50.000 Toneladas
- Francia, alrededor de 30.000 Toneladas
- Alemania, alrededor de 16.000 Toneladas

El Cuadro siguiente muestra aquéllos que podrán ser de importancia para una estrategia chilena de penetración de los mercados para este producto.

**CUADRO 8. IMPORTACIONES DE ACEITUNA DE MESA EN MERCADOS DE INTERÉS PARA CHILE**

| PAIS IMPORTADOR | VOLUMEN IMPORTADO 1992 (Toneladas) | PRINCIPALES ABASTECEDORES | % DEL ABASTECIMIENTO |
|-----------------|------------------------------------|---------------------------|----------------------|
| Estados Unidos  | 73.000                             | España                    | 69%                  |
|                 |                                    | México                    | 16%                  |
|                 |                                    | Grecia                    | 9%                   |
| Canadá          | 8.400                              | España                    | 81%                  |
|                 |                                    | Grecia                    | 18%                  |
| México          | 3.200                              | España                    | 68%                  |
|                 |                                    | Argentina                 | 19%                  |
| Brasil          | 40.000                             | Argentina                 | 94%                  |
|                 |                                    | Chile                     | 2%                   |
| Venezuela       | 4.000                              | España                    | 60%                  |
|                 |                                    | Argentina                 | 15%                  |
|                 |                                    | Chile                     | 1%                   |
| Arabia Saudita  | 8.000                              | España                    | 100%                 |
| <b>TOTAL</b>    | <b>137.000</b>                     |                           |                      |

**Fuente:**  
Proyecto Desarrollo de Nuevas Oportunidades de Negocio en el sector agrícola, Convenio Ministerio de Agricultura Fundación Chile, 1995.

De acuerdo a las cifras indicadas de exportación y producción de aceites en el punto anterior, el consumo aparente en nuestro país está cerca de las 8.000 toneladas y la mayor parte del producto que se transa en el mercado interno, a nivel de supermercado, no responde a las características de lo que se define como aceituna preparada, es sólo preservada. Tanto en su calidad como su duración es bastante limitada, siendo definitivamente artesanal. Los pequeños volúmenes que si responden a esta denominación son de origen argentino.

El sistema de comercialización de este producto en el mercado interno responde mayoritariamente a un comerciante mayorista acopiador que compra en las zonas

productoras y que lo entrega a su vez a un comerciante mayorista en las ciudades de destinos. Algunos de estos últimos, también pueden comprar directamente a productores. Los comerciantes mayoristas adoban y distribuyen el producto a intermediarios minoristas, restaurantes y supermercados en los diferentes mercados del país.

De acuerdo a la información que se tiene de la última temporada, el precio pagado a productor es de \$400/Kg. y el pagado al detalle de \$1.200/Kg. adobado. El margen que se obtendría a nivel de minorista, considerando la relación de precios (entre el de compra mayorista y de venta al consumidor), el costo de procesamiento y el margen del mayorista, asciende a una cifra del orden del 40%.

### **3. Competitividad de la Producción Chilena**

Chile cuenta con los siguientes factores favorables para competir internacionalmente en los mercados de aceitunas de mesa:

- Tiene condiciones agroclimáticas favorables al cultivo.
- Los rendimientos observados en plantaciones industriales son comparables y aún superiores a los de su competencia (entre 12 y 15 Ton/ha).
- Sus costos de producción agrícola son la mitad de los de California y algo inferiores a los de España, aunque principalmente por costos de mano de obra de cosecha.

Por otra parte, sus limitaciones para el desarrollo de esta industria en Chile son:

- La disponibilidad de las variedades apropiadas para la industrialización del producto, es la mayor limitación de la industria de aceitunas de mesa para atacar con un alto nivel de competitividad los mercados que se proponen conquistar. La industria requiere de una materia prima que:
  - Proporcione al producto final determinadas características de sabor y textura.
  - Que sea industrializable en forma muy eficiente para la producción de aceitunas deshuesadas y rellenas.
- La especie olivo posee una amplia capacidad de adaptación agroecológica, consecuentemente no existen limitaciones mayores a la entrada de otros países a la producción, como es el caso de Argentina y México que están iniciando programas de expansión olivícola y Marruecos que puede convertirse en un importante competidor.
- Bajos volúmenes de producción exportable.
- La falta de un paquete tecnológico para el cultivo intensivo del olivo. Poco se conoce en Chile sobre los avances tecnológicos más recientes ocurridos en el cultivo del olivo en otros países, particularmente en Italia, Israel y España. Existe escasa información sobre nuevas variedades, densidades de plantación, manejo de cultivo y en particular, períodos óptimos de cosecha.

- *La falta de una tecnología industrial que permita ofrecer un producto de alta calidad. La industrialización de la oliva para la producción de aceitunas verdes de exportación es una actividad nueva en Chile. Se conoce poco sobre los requerimientos del proceso y la forma óptima de organizarlo; no está claro cuál es el mejor equipamiento para las plantas, ni las formas en que deben disponerse los equipos en fábrica (layout). El mejoramiento de la eficiencia en la producción actual de aceitunas, tal de obtener un producto de alta calidad a costos competitivos, es un paso indispensable para prestigiar al producto chileno que se exporta en la actualidad y abrir el campo para una expansión futura.*

#### **4. Perspectivas de Desarrollo del Negocio**

*Las perspectivas para el desarrollo de esta actividad en sus fases agrícola e industrial parecen promisorias, aunque definitivamente se enfrentan a mercados relativamente limitados y a una competencia importante.*

*De acuerdo con el COI, 1995, el comercio de las aceitunas de mesa es sin duda alguna el pariente pobre del negocio del aceite de oliva. Muchas aceitunas comercializadas en el mercado pueden utilizarse indistintamente para la obtención del aceite o el aderezo, incluida la Hojiblanca (España), la Picholine (Marruecos), la Conservolia (Grecia). Según va aumentando el precio del aceite, aumenta la tentación en muchos casos de vender aceitunas a los almazareros, especialmente en los países, como por ejemplo en los de la UE, donde existe una ayuda a la producción de aceite pero no se ha concedido para las aceitunas de mesa.*

*En consecuencia, asociaciones como ASEMESA (Asociación Española de Exportación de Aceitunas de Mesa) han dirigido solicitudes a la UE con miras a organizar y apoyar el mercado de las aceitunas de mesa.*

##### **4.1 Dificultades y esfuerzos realizados por algunos países productores**

*En España, la persistente sequía de los últimos años ha incidido de forma significativa en los rendimientos. Marruecos, que ha estado expuesto a condiciones similares, pero que quizás está más acostumbrado a estos riesgos, ha podido afrontar mejor la crisis, sustituyendo en algunos casos a la producción española en los mercados de exportación. Algo parecido ha sucedido con Grecia, que espera poder beneficiarse persuadiendo a los agricultores para que vendan sus aceitunas a los aderezadores.*

*Las dificultades económicas, unidas a una tasa elevada de inflación en países como Turquía y Grecia, han afectado a todos los países productores oleícolas. Los progresos tanto en las técnicas de cultivo como de transformación se han visto limitados relativamente desde la última encuesta.*

*Algunos Gobiernos nacionales han adoptado medidas de apoyo a la industria, como es el caso de Argentina (tasa diferida).*

*La falta de organización en el sector agrícola es uno de los principales problemas para países como Marruecos y Turquía, donde no existe garantía de calidad (ni de cantidad) de un año a otro y de un agricultor a otro. Muchos agricultores poseen sus propios stocks, que no son controlados como sucede por el contrario normalmente en los Estados Unidos o en España. Y en el sector de la transformación, salvo las principales empresas (algunas de las cuales pertenecen en parte o en su totalidad a sociedades extranjeras implantadas en los Estados Unidos o en Europa), un gran número de operaciones no pueden mantenerse al nivel exigido por los países consumidores industrializados, sea en materia de higiene, control de calidad o de buen funcionamiento administrativo.*

*En algunos casos, las variedades ya no son adecuadas, por ejemplo, en Argentina, cerca del 60% de las nuevas plantaciones se efectúan con la variedad Manzanilla (la principal variedad de frutos de mesa tanto en España como en California), en sustitución de la variedad Arauco, la cual es muy difícil de deshuesar. La Picholine marroquí es muy difícil y costosa de deshuesar también, lo que la hace poco apta para la producción en masa. En Grecia, probablemente la variedad de aceituna de mesa más conocida del mundo es la Kalamata, que goza de especial aceptación en detrimento de la variedad Conservolia, de menor calidad.*

*En cuanto a las tendencias, es en los países no comunitarios, como Marruecos, Turquía y Argentina, a los que se añade México, donde la producción de aceitunas de mesa ha progresado. Portugal, junto a España y Grecia, han registrado una sensible disminución de su producción, tras el año record de 1992, mientras que Francia e Italia han incrementado bastante sus producciones.*

*Conviene señalar que en la mayoría de los casos, las estadísticas del COI en materia de producción (al contrario que las estadísticas de exportación que son más fáciles de controlar) subestiman seriamente el volumen de la producción local. Cabe citar el caso de Marruecos, donde la producción se eleva, según el Instituto de Agricultura, a 140.000 Ton, incluido el autoconsumo y la transformación artesanal local, contra las 80.000 Ton anunciadas oficialmente por este Consejo. En Turquía, las estimaciones locales para 1994/95 sitúan la producción en 300.000 Ton, contra un volumen prudente de 120.000 Ton previsto por el COI.*

#### **4.2 Proyecciones para Chile**

*Chile podría aspirar a exportar unas 15.000 toneladas de aceitunas de mesa en el futuro, teniendo como mercado objetivos a los Estados Unidos, Canadá, México, Brasil y un número reducido de otros países latinoamericanos. Este volumen equi-*

vale a plantar unas 1.200 ha de olivos durante los próximos años (tasa de plantación de 300 ha anuales), y desarrollar la correspondiente capacidad de procesamiento.

Gran parte de la rentabilidad de este negocio está en la fase de elaboración y comercialización de las aceitunas; (en el caso de los Estados Unidos, una lata de 170 g de aceitunas deshuesadas se venden en detalle en un equivalente a US\$9,35/Kg. y el supermercado margina entre un 5% a 10%; el precio recibido por el productor por la materia prima es de US\$ 0,50/Kg.). Aun así, considerando este último precio como el pagado a un productor chileno (US\$ 500/Ton), el proyecto agrícola de plantación/producción de olivas para aceituna de mesa (Ministerio de Agricultura/Fundación Chile, 1995), arroja una rentabilidad (TIR privada) del 16.4%.

Por otra parte, la industria procesadora chilena que exporta estaría marginando (bruto) alrededor de US\$ 340/Ton por la venta de aceitunas de mesa conservadas provisionalmente, en bidones de 165 Kg. (peso drenado), al considerar un costo de US\$500/Ton por la compra de materia prima y un precio de venta FOB realista de US\$1.300/Ton. Tal margen debería ser capaz de dar una rentabilidad interesante a la fase industrial de la producción de aceitunas, tomando en cuenta que las inversiones se limitan principalmente a construcciones, capacidad de almacenaje de materia prima en proceso (estanques), una línea de selección y un monto significativo de capital de trabajo. Se analizará económicamente en un próximo documento, las alternativas de proyecto agrícola e industrial para la elaboración de diferentes productos de la oliva de mesa.



PROGRAMA NACIONAL  
DE DESARROLLO  
**OLIVICOLA**





FIA - Fidel Oteiza 1956 of. 21 Providencia  
Santiago Chile Fono (56-2) 2740998  
(56-2) 3417246 (56-2) 2090501  
Fono-fax (56-2) 2740849  
e-mail: [fundacio@reuna.cl](mailto:fundacio@reuna.cl)

*Agricultura del 2000...hoy*