



Unión Europea
Fondo Europeo Agrícola
de Desarrollo Rural



JUNTA DE ANDALUCÍA
Consejería de Agricultura y Pesca

Estudio de cadena de valor del aceite de oliva Campaña 2009/2010



Para más información:

Observatorio de Precios y Mercados

www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/obsprecios

Email: obsprecios.cap@juntadeandalucia.es



OBJETIVO

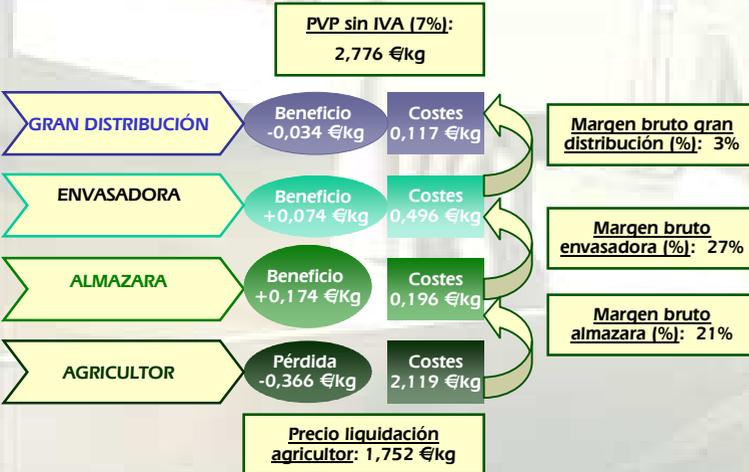
El estudio de la cadena de valor del aceite de oliva tiene como principal objetivo dotar de mayor transparencia al mercado, mediante el conocimiento de los mecanismos de formación de los precios en cada punto de la cadena, de los costes que cada agente soporta y del margen neto que cada eslabón obtiene. Para ello se ha realizado el análisis de la cadena de valor de los tipos principalmente consumidos: aceite de oliva "virgen extra" y "aceite de oliva".

"Canal largo" de comercialización

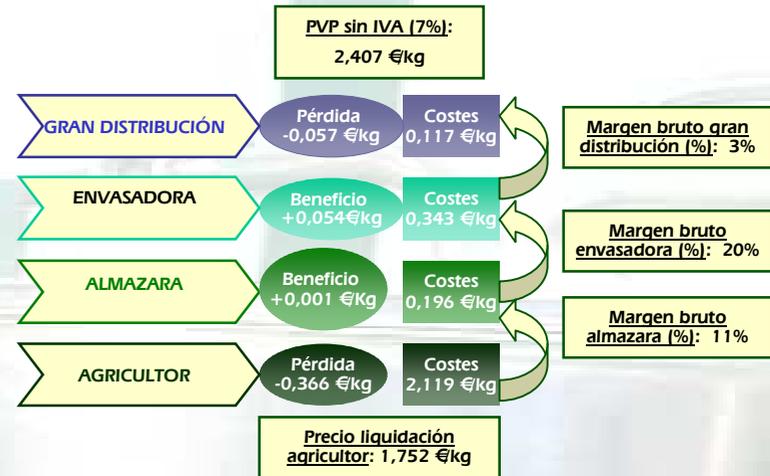


Precios, Costes y Márgenes del "canal largo"

Canal Largo del aceite de oliva "virgen extra"



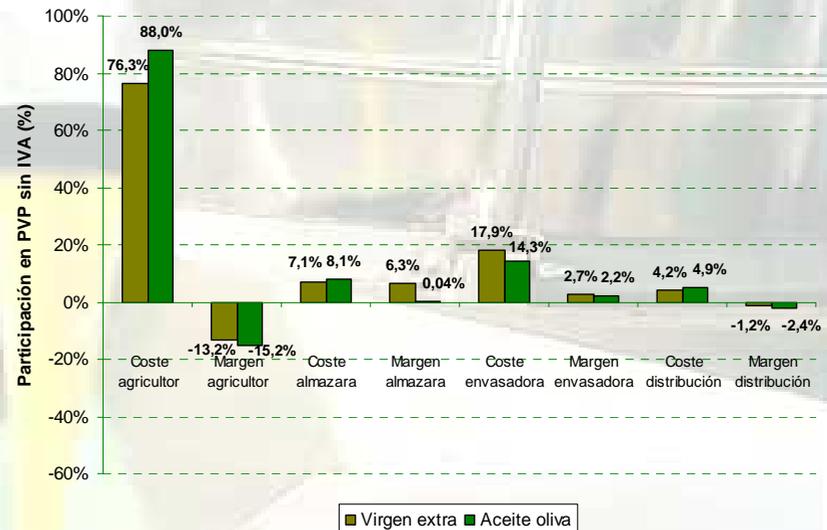
Canal Largo del "aceite de oliva"



Margen bruto (%): Porcentaje que se incrementa el precio de compra entre dos eslabones.
 $M.C. = ((\text{precio venta} - \text{precio compra}) / \text{precio compra}) * 100$

Margen neto o beneficio: Resultado de descontar al margen comercial los costes generados en la transformación/comercialización.
 $M.N. = ((\text{precio venta} - \text{precio compra} - \text{costes}) / \text{precio compra}) * 100$

Participación de los distintos eslabones en el PVP



-El conjunto de todos los costes generados en la canal largo del "aceite de oliva" supone en torno al 107,4% del PVP (con IVA) del aceite.
 -El conjunto de todos los costes generados en la canal largo del aceite de oliva "virgen extra" supone en torno al 98,3% del PVP (con IVA) del aceite.