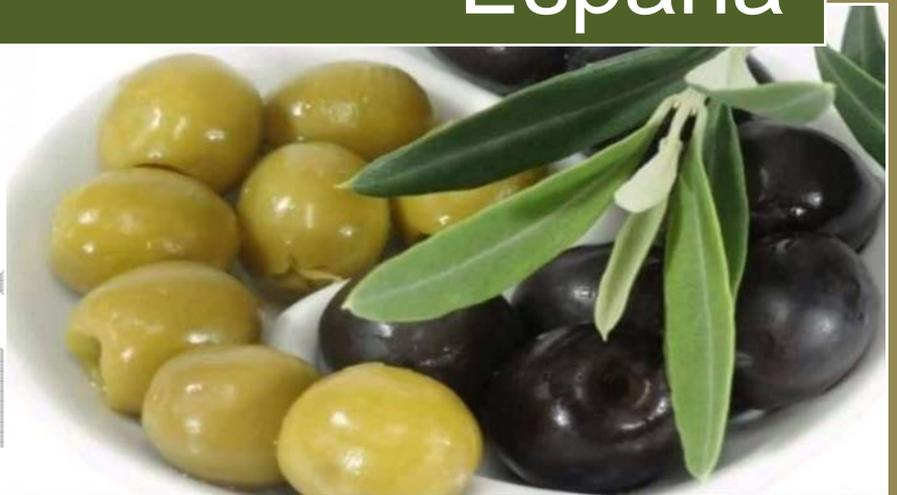


2015

Diagnóstico sobre el sector de la aceituna de mesa en España



BOR



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCION GENERAL DE PRODUCCIONES Y
MERCADOS AGRARIOS

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE FRUTAS Y
HORTALIZAS, ACEITE DE OLIVA Y
VITIVINICULTURA

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	4
1.- ANÁLISIS DE LA SUPERFICIE NACIONAL DE ACEITUNA DE MESA	5
1.1.- EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE	5
1.2.- DISTRIBUCIÓN AUTONÓMICA.....	7
1.3.- SECANO VS. REGADÍO.....	8
1.4.- SUPERFICIE SEGÚN SU INTENSIFICACIÓN.....	8
2.- ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN.....	10
2.1.- PRODUCCIÓN DE ACEITUNA DE MESA EN EL MUNDO Y LA UNIÓN EUROPEA	10
2.2.- PRODUCCIÓN EN ESPAÑA.....	13
2.2.1.- Evolución de la producción.....	13
2.2.2.- Variabilidad entre la producción de aceituna para almazara y para mesa. ...	14
2.2.3.- Distribución territorial de la producción de aceituna de mesa	15
2.2.4.- Producción de la aceituna de mesa según tipos (verde frente negra).....	18
2.2.5.- Producción de aceituna de mesa según variedades	18
3.- ANÁLISIS DE LOS COSTES DE PRODUCCIÓN EN EL CULTIVO DE LA ACEITUNA DE MESA	22
3.1.- TIPOLOGÍAS DEL OLIVAR DEFINIDAS PARA EL ESTUDIO	22
3.2.- ESTRUCTURA DE COSTES.....	23
3.2.1.- Costes Directos	23
3.2.2.- Costes Indirectos.....	24
3.2.3.- Amortizaciones.....	24
3.3.- ANÁLISIS DE LOS COSTES DE PRODUCCIÓN.....	24
3.3.1.- Según tipologías.....	24
3.3.2.- Explotación media	26
4.- ANÁLISIS DEL BALANCE ESPAÑOL DE ACEITUNA DE MESA.....	29
4.1.- LAS EXISTENCIAS INICIALES O DE ENLACE	29
4.2.- IMPORTACIONES.....	31
4.3.- RECURSOS TOTALES DISPONIBLES.....	31
4.4.- CONSUMO INTERIOR	32
4.5.- EXPORTACIONES	33
4.5.1.- Evolución de las exportaciones	33
4.5.2.- Análisis de los principales destinos de las exportaciones	34
4.5.3.- Análisis del valor unitario de las exportaciones	37
4.5.4.- Análisis de las exportaciones de aceituna de mesa por tipos de productos según partidas arancelarias	39

4.5.5.- Análisis de las exportaciones de aceituna de mesa verde frente a la negra .	40
5.- ANÁLISIS DEL COMERCIO MUNDIAL.....	43
5.1.- CONSUMO MUNDIAL	43
5.2.- PRINCIPALES MERCADOS DESTINO EXTRACOMUNITARIOS	45
5.2.1.- Estados Unidos	45
5.2.2.- Brasil	48
5.2.3.- Rusia	50
5.2.4.- Canadá.....	51
5.2.5.- Australia	53
5.2.6.- Arabia Saudi.....	54
5.3.- PRINCIPALES MERCADOS DESTINO COMUNITARIOS	57
5.3.1.- Francia	57
5.3.2.- Alemania	58
5.3.3.- Reino Unido.....	60
5.4.- PRINCIPALES COMPETIDORES EN EL COMERCIO MUNDIAL	61
5.4.1.- Grecia.....	62
5.4.2.- Egipto	62
5.4.3.- Argentina	62
5.4.4.- Turquía	63
5.4.5.- Marruecos	63
6.- ANÁLISIS DAFO	65
ANEJO. PRINCIPALES COMPETIDORES EN EL COMERCIO MUNDIAL	66
1.- Grecia.....	66
2.- Egipto	67
3.- Argentina	69
4.- Turquía.....	71
5.- Marruecos	73

INTRODUCCIÓN

España es el principal productor y exportador de aceituna de mesa del mundo, un mercado que cada año genera a nivel mundial un comercio valorado en 1.700 millones de euros.

El cultivo de olivar de aceituna de mesa en España se encuentra fuertemente concentrado en determinadas provincias. Esta concentración, unida a las significativas necesidades de mano de obra que genera este cultivo, le confiere un plus al ya marcado carácter social del olivar.

Nos encontramos ante un sector eminentemente exportador. Con consumos internos estabilizados, el sector ha puesto su foco en los mercados exteriores. La aceituna de mesa está presente en casi todos los países del planeta.

No obstante, según manifestaciones reiteradas por las organizaciones agrarias, el sector viene arrastrando problemas ligados a su falta de rentabilidad.

La mesa sectorial de aceite de oliva y aceituna de mesa que se reúne mensualmente bajo la coordinación de la Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, asumió el compromiso de realizar un diagnóstico del sector. A lo largo del año 2015 en diversas reuniones de este foro se han ido analizando sus aspectos más relevantes. Dicho trabajo se culmina con el presente informe.

En el mismo se incluye un análisis pormenorizado de los principales parámetros sectoriales de la aceituna de mesa tanto a nivel nacional como internacional, todo ello en el marco de las competencias de la citada Dirección General.

Asimismo se adentra en parámetros internos como el estudio de costes, en base a la bibliografía existente, con el fin de analizar los modelos productivos y su competitividad.

Especial protagonismo cobra en el estudio la situación y evolución de los principales mercados mundiales y de nuestros principales competidores en ellos, considerando el gran peso del mercado exterior en la comercialización de la producción española y su tendencia creciente.

Se culmina en última instancia con un análisis DAFO, como ejercicio que permita evidenciar las debilidades y poner de manifiesto qué aspectos son mejorables.

No se recogen datos ni análisis de precios, debido a que la información existente es muy limitada.

En todo momento se ha contado con la colaboración de los representantes sectoriales que integran la mesa, tanto en la fase preliminar como en la de elaboración del presente documento. Nuestro agradecimiento por ello.

1.- ANÁLISIS DE LA SUPERFICIE NACIONAL DE ACEITUNA DE MESA

La superficie mundial de olivar es, según datos del COI¹, superior a los 11 millones de hectáreas, pero de ellas no se sabe cuántas pertenecen a olivar para aceituna de mesa, ya que no hay datos desglosados a nivel del COI del olivar destinado a producción de aceite y de aquel cuya producción se destina a aceituna de mesa, aspecto que impide estudiar su evolución, como sí se podrá hacer en el caso de España.

En el caso español, la superficie de olivar se aproxima a los 2,5 millones de hectáreas, de las cuáles un 6%, aproximadamente 147.400 ha² corresponden a olivar para aceituna de mesa.

Esta cifra recoge tanto la superficie de olivar en exclusiva de aceituna de mesa (75.956 ha) como aquel que presenta doble aptitud (71.434 ha), es decir cuya aceituna puede destinarse a verdeo o a almazara.

1.1.- EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE

Para realizar un análisis de la evolución de la superficie de olivar durante los últimos 25 años se han considerado diferentes fuentes estadísticas. Las mismas arrojan unos datos de diversa magnitud, por lo que estudiar la evolución de la superficie en el olivar de mesa resulta complejo. Por ello, se procederá a un análisis de variación de la superficie en los diferentes subperíodos marcados:

- a) **1990 – 2001.** Durante estos años la información recogida en el Anuario de Estadística Agraria del MAGRAMA se refería al olivar cuya aceituna se destinaba a mesa. En este periodo se produjo una reducción de superficie significativa, dado que en 1990 había 193.765 ha y se perdieron hasta 2001 cerca de 30.000 ha.

Gráfico 1. Evolución de la superficie de olivar de mesa en los últimos 25 años.(I) (1990-2001)



Fuente: Anuario de Estadística Agraria de MAGRAMA.

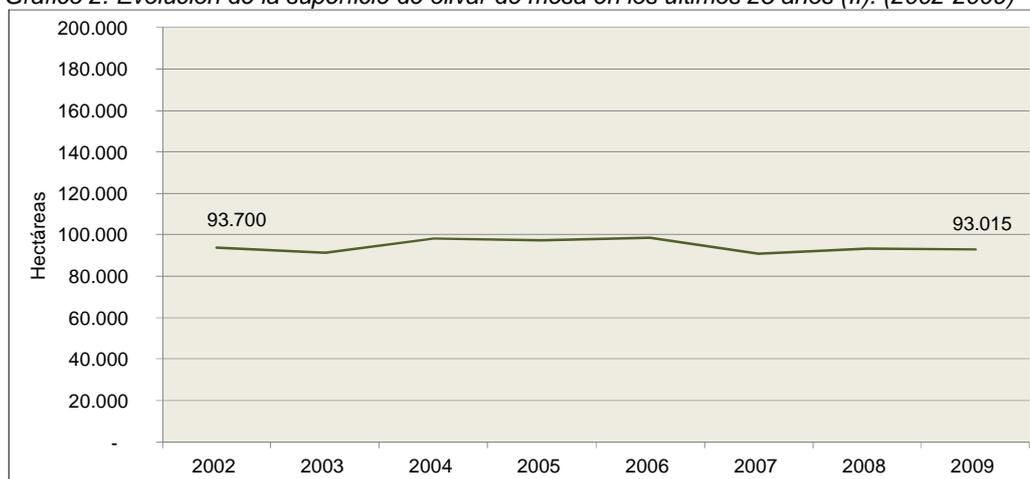
- b) **2002 – 2009.** Desde 2002 la referencia para la información respecto a la superficie destinada a olivar de mesa fue la ESYRCE. En ella no se recogía el olivar de doble aptitud, por lo que el número de hectáreas dedicadas a este cultivo

¹ Consejo Oleícola Internacional

² Encuesta de Superficies y Rendimientos de Cultivos en España (ESYRCE) 2014. MAGRAMA.

baja considerablemente, aunque más que a un descenso propiamente de la superficie se debe al cambio de fuente de información y de metodología. Pero si analizamos la evolución dentro de los 7 años considerados, donde los datos son homogéneos, el resultado es un período de gran estabilidad. Apenas se pierden 685 hectáreas de un total aproximado de 93.000 ha, recogidas en la ESYRCE de estos años.

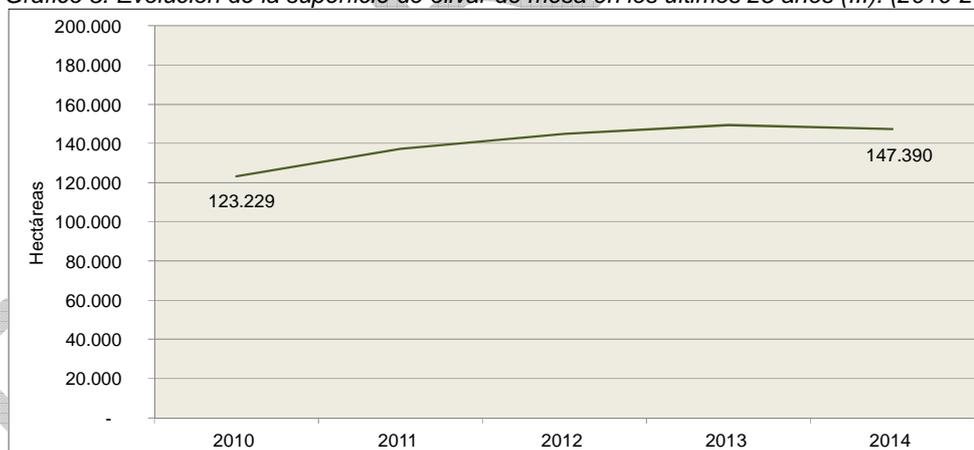
Gráfico 2. Evolución de la superficie de olivar de mesa en los últimos 25 años (II). (2002-2009)



Fuente: ESYRCE. MAGRAMA.

c) **2010 – 2014.** En este período, las estadísticas analizadas (ESYRCE) recogen junto a la superficie de olivar de mesa (exclusivo), la de doble aptitud.

Gráfico 3. Evolución de la superficie de olivar de mesa en los últimos 25 años (III). (2010-2014)



Fuente: ESYRCE. MAGRAMA.

Dada la posibilidad que permite la ESYRCE a partir de 2010 se puede hacer el análisis no sólo global sino según la superficie esté destinada para aceituna de mesa o para doble aptitud:

Cuadro 1. Datos superficie sobre olivar destinado a mesa. 2010 – 2014 (ha).

AÑO	SUPERFICIE DESTINADA A MESA	SUPERFICIE DESTINADA A DOBLE APTITUD	TOTAL
2010	86.200	37.029	123.229
2014	75.956	71.434	147.390
Evolución 2010/14	-10.244	34.405	24.161

Fuente: ESYRCE. MAGRAMA.

Tras este análisis se puede concluir que hay una tendencia negativa del olivar exclusivo para mesa, a favor, en estos últimos años, del olivar con doble aptitud, es decir cuya aceituna se puede destinar a consumo de mesa o transformarla en aceite; pero pese a este aspecto, no se compensan las pérdidas acumuladas en 25 años en la superficie de este cultivo, dado que las hectáreas de olivar destinado a mesa, exclusivamente, acumulan pérdidas de 40.682 ha, y los incrementos en el olivar de doble aptitud se sitúan en 34.405 ha, por lo que el saldo acumulado para el período 1990-2014 sería de 6.457 ha perdidas de olivar de mesa, lo que supone un 4% de reducción.

1.2.- DISTRIBUCIÓN AUTONÓMICA

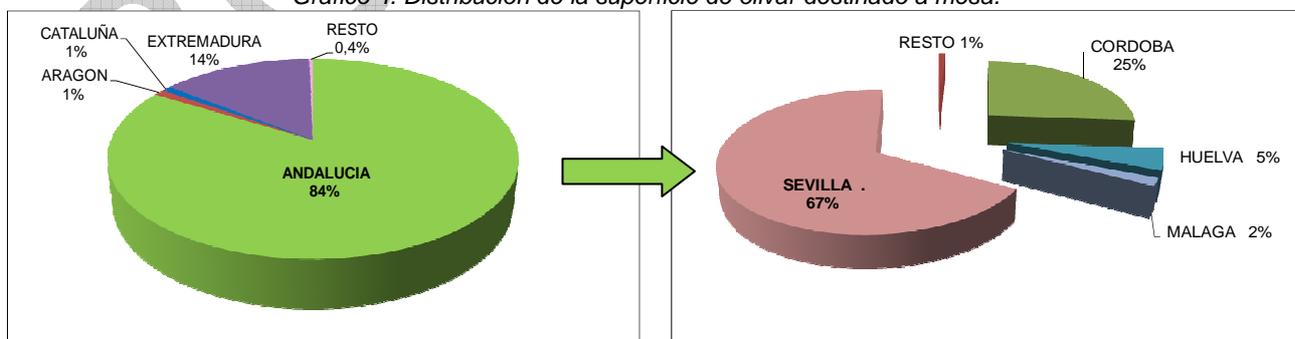
Al analizar la distribución de la superficie destinada a la aceituna de mesa, se observa una gran concentración de la misma en Andalucía, seguida de Extremadura.

Cuadro 2. Distribución autonómica de la superficie de olivar destinado a mesa según exclusividad o doble aptitud, secano o regadío (ha).

CCAA	Mesa			Doble aptitud			TOTAL
	Secano	Regadío	TOTAL	Secano	Regadío	TOTAL	
ANDALUCIA	21.699	34.036	55.735	45.217	22.030	67.247	122.982
ARAGON		7	7	1.324	142	1.466	1.473
BALEARES	22		22	31	179	209	231
CATALUÑA	20		20	1.622	223	1.845	1.865
EXTREMADURA	18.947	1.107	20.053	510		510	20.563
ESPAÑA	40.688	35.150	75.837	48.704	22.574	71.277	147.114

Fuente: ESYRCE 2014. MAGRAMA

Gráfico 4. Distribución de la superficie de olivar destinado a mesa.



Fuente: ESYRCE 2014. MAGRAMA.

Andalucía supone un porcentaje cercano al 85% de la superficie nacional. Si analizamos la distribución provincial en esta comunidad autónoma, dada su importancia, se observa que Sevilla es la provincia mayoritaria.

En el cuadro siguiente se observa cómo ha evolucionado la distribución territorial desde 2010 hasta 2014.

Cuadro 3. Evolución de la superficie de olivar destinado a mesa entre 2010 y 2014 por CCAA (ha)

CCAA	Mesa			Doble aptitud			TOTAL
	Secano	Regadío	TOTAL	Secano	Regadío	TOTAL	
ANDALUCIA	-3.779	-6.587	-10.366	22.559	9.020	31.579	21.213
ARAGON	0	7	7	793	116	909	916
BALEARES	0	-8	-8	3	-22	-19	-26
CATALUÑA	26	88	114	55	0	56	170
EXTREMADURA	-13	22	9	1.697	183	1.880	1.888
ESPAÑA	-3.766	-6.478	-10.244	25.108	9.297	34.405	24.161

Fuente: ESYRCE 2014. MAGRAMA.

Vemos que la comunidad autónoma que ha sufrido mayores cambios durante este período ha sido Andalucía, donde se han ido perdiendo hectáreas de uso exclusivo de mesa a favor de las de doble aptitud.

1.3.- SECANO VS. REGADÍO.

Según el cuadro nº 2 de este informe, el 39% de la superficie dedicada a este tipo de olivar se cultiva en regadío, un 10% más que en el caso de la superficie destinada a almazara, y en concreto en Andalucía este porcentaje es superior, alcanzando el 46% de la superficie, lo que indica una mayor intensificación del cultivo.

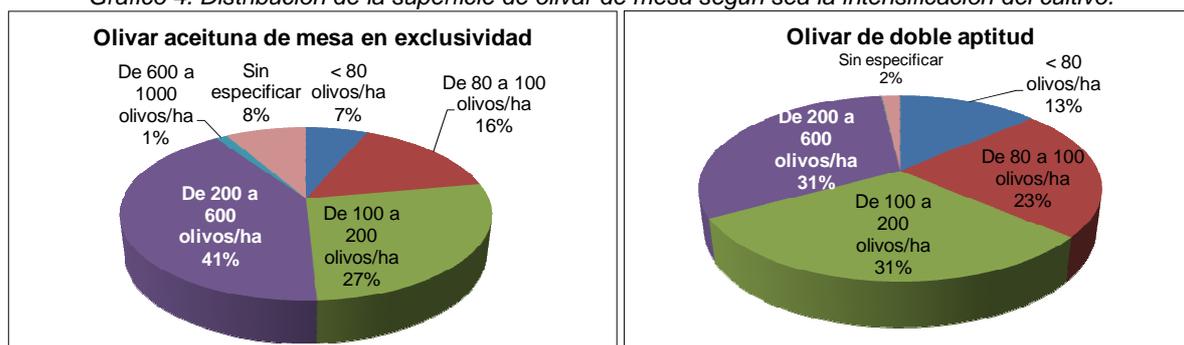
Según el cuadro nº 3, se observa que la mayor pérdida de superficie de olivar en este período 2010 – 2014, ha tenido lugar en el regadío andaluz de aptitud exclusiva de mesa, mientras que el incremento producido en las hectáreas de doble aptitud se produce en secano.

1.4.- SUPERFICIE SEGÚN SU INTENSIFICACIÓN.

El olivar de aceituna de mesa se sitúa principalmente entre los 200 – 600 olivos/ha.

En el caso del olivar de doble aptitud la distribución entre los diferentes estratos de densidad es más homogénea, mientras que en el caso de olivar exclusivo para mesa es más habitual densidades entre 100 – 200 olivos/ha y 200 – 600 olivos/ha.

Gráfico 4. Distribución de la superficie de olivar de mesa según sea la intensificación del cultivo.



Fuente: Encuesta de plantaciones 2012

El olivar de aceituna de mesa tiene un mayor porcentaje de superficie en regadío (39%) que en el caso de la aceituna de almazara. Dicho porcentaje aún es más elevado cuando analizamos la superficie exclusiva de aceituna de mesa, donde se alcanza el 46% en regadío. Dicho sistema permite una mayor intensificación del cultivo, con un mayor número de árboles por hectárea, favoreciendo que gran parte de las explotaciones exclusivas de aceituna de mesa tengan más de 200 árboles por hectárea.

Por el contrario, el olivar de doble aptitud realmente tiene una estructura productiva de olivar de almazara, siendo más habitual encontrar explotaciones con menos de 100 árboles por hectárea, en un 36%, porcentaje muy parecido al de olivar de almazara, donde el 37% de las explotaciones tienen menos de 100 árboles por hectárea.

DESTACAMOS...

La superficie de olivar en España destinado exclusivamente a aceituna de mesa ha disminuido en los últimos 25 años, mientras que el incremento de hectáreas que se ha producido para este cultivo proviene del olivar de doble aptitud, aunque éste ha sido insuficiente para compensar la pérdida.

Esto hace que la superficie de aceituna de mesa se haya reducido en un 4% en dicho período.

El cultivo de olivar de aceituna de mesa presenta un mayor nivel de intensificación (regadío, densidad,...) que el destinado a almazara.

2.- ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN

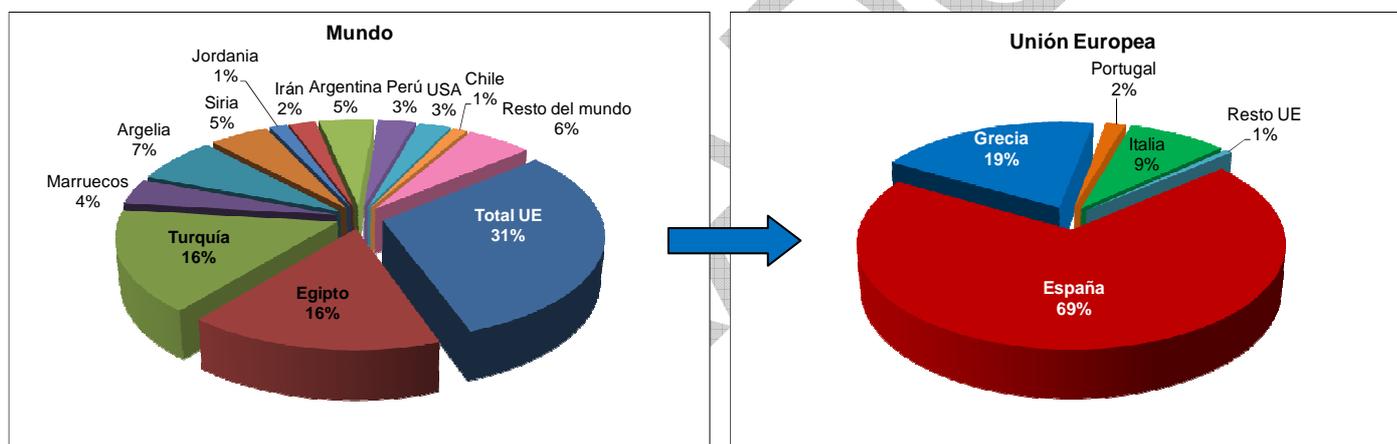
España es el primer productor mundial de aceituna de mesa, con una producción media de casi 540.000 toneladas (últimas seis campañas) que representa el 24% de la producción mundial y el 70% de la UE.

2.1.- PRODUCCIÓN DE ACEITUNA DE MESA EN EL MUNDO Y LA UNIÓN EUROPEA

La producción mundial de aceituna de mesa se sitúa en 2.292.700 t, media de las 6 últimas campañas según el COI.

De esta producción, más del 30% corresponde a la UE, aproximadamente 770.000 t, de las que España produce cerca del 70%, siendo los otros países productores europeos: Grecia, Italia y con un menor peso, Portugal, Chipre y Francia.

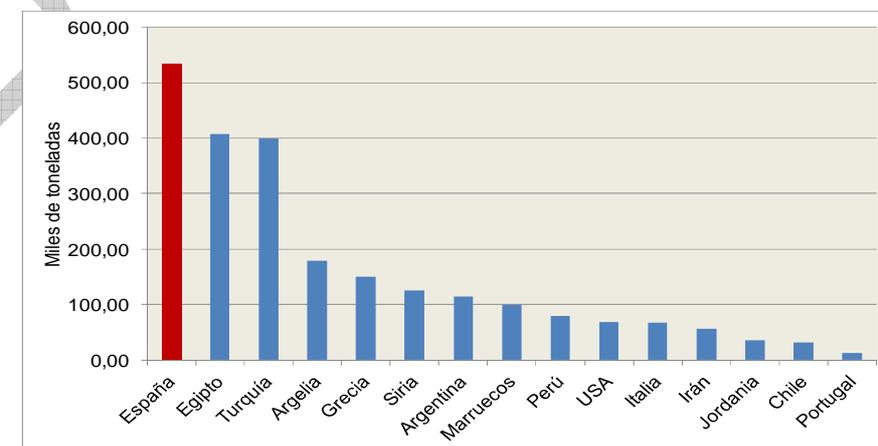
Gráfico 1. Distribución mundial de la producción media de las 6 últimas campañas de aceituna de mesa



Fuente: COI

La producción de España supone el 24% mundial, al que siguen países como Egipto y Turquía, con cerca cada uno de 400.000 t de media de las 6 últimas campañas, y luego a mayor distancia, Argelia o Grecia.

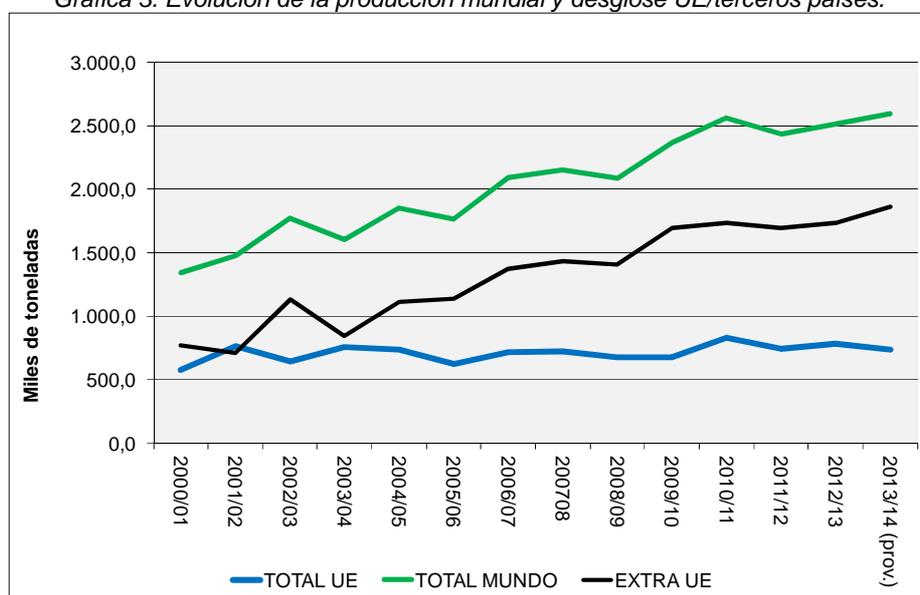
Gráfico 2. Producción media de las seis últimas campañas de los principales productores mundiales de aceituna de mesa.



Fuente: COI

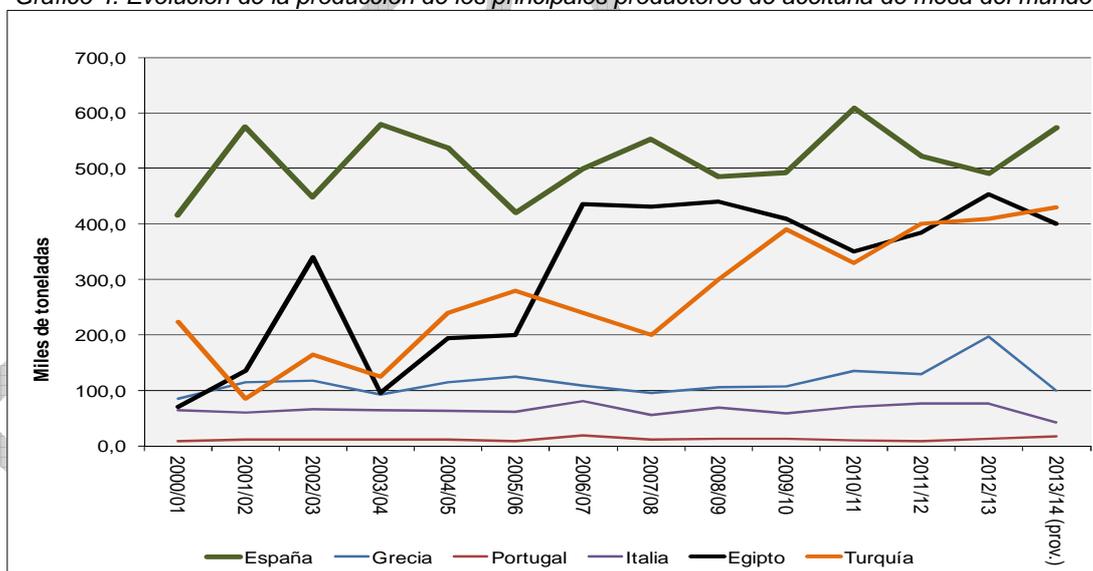
El crecimiento de la producción mundial en los últimos 15 años se debe más al incremento en los países fuera de la UE que a los de la Unión. Mientras que en el caso de los primeros el incremento en este período ha sido del 142%, en la UE se ha limitado al 28%.

Gráfica 3. Evolución de la producción mundial y desglose UE/terceros países.



Fuente: COI

Gráfico 4. Evolución de la producción de los principales productores de aceituna de mesa del mundo.



Fuente: COI

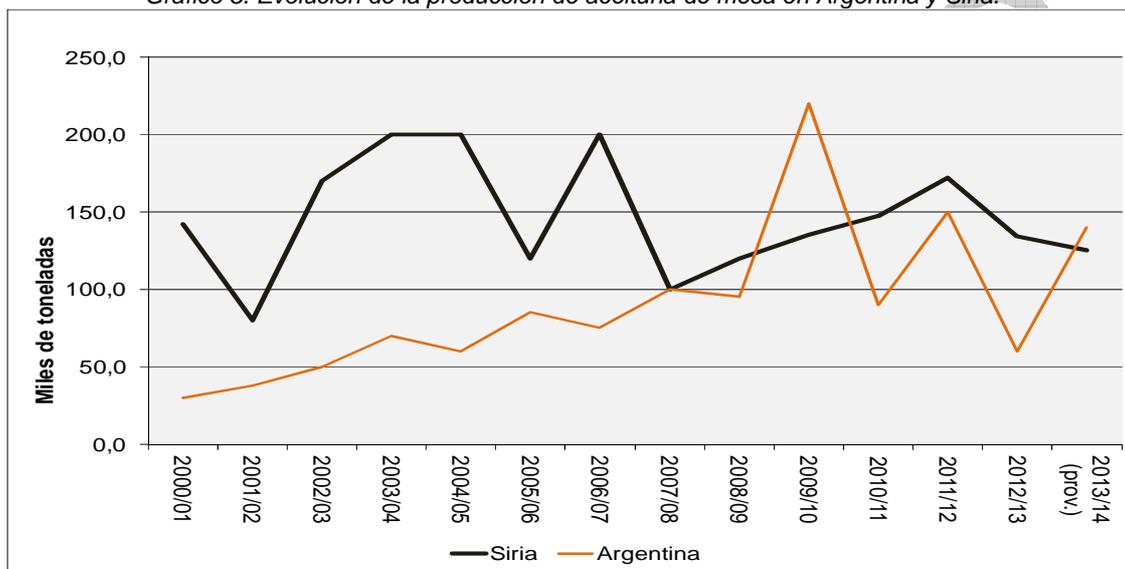
En el panorama mundial, frente a la estabilidad de los productores europeos como Grecia, Italia o Portugal, destacan dos países que han presentado un importante desarrollo productivo, Egipto y Turquía. Ambos países han incrementado la producción entre el primer quinquenio de los años 2000 y el último, en cerca de un 140%.

Otros países en el COI tradicionalmente también producen aceituna de mesa, aunque en menor cantidad que los anteriores, con tendencias dispares: frente a la estabilidad de

Marruecos y Jordania, Argelia e Irán presentan un crecimiento importante en los últimos años.

Análisis por separado requieren otros dos miembros del COI con una cierta importancia en el contexto mundial del sector que se estudia, se trata de Argentina y Siria: el primero presenta una fuerte variabilidad en la producción de aceituna de mesa y con una tendencia a la reducción en los últimos años, por motivos posiblemente climáticos. Mientras en el caso de Siria, como se observa en el siguiente gráfico, la reducción ha sido importante desde que comenzó el conflicto armado en la zona.

Gráfico 5. Evolución de la producción de aceituna de mesa en Argentina y Siria.



Fuente: COI

Por último, mención especial para países no miembros del COI como son: Estados Unidos, Chile y sobre todo Perú, en los que se están produciendo importantes crecimientos.

Cuadro 1. Producción en Chile, Perú y USA (miles de t)

PRODUCCIÓN	2000/01	2005/06	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14 (prov.)	Media 6 últimas campañas	Incremento 2000-14
USA	60	116	154	26	78	82,5	68,7	38%
Perú	13	30	72,5	81	57,5	110	67,5	746%
Chile	10,0	10,0	26,0	34,0	34,0	34,0	28,8	240%
TOTAL MUNDO	1.343,0	1.762,0	2.563,0	2.432,5	2.512,5	2.595,5	2.425,8	93%

Fuente: COI

DESTACAMOS...

Crecimiento de la producción mundial en 15 años del 93%, a la que España aporta el 20% del total, siendo el principal productor, aunque con menor crecimiento que sus seguidores inmediatos: Turquía y Egipto, con crecimientos del 92% y del 471% respectivamente.

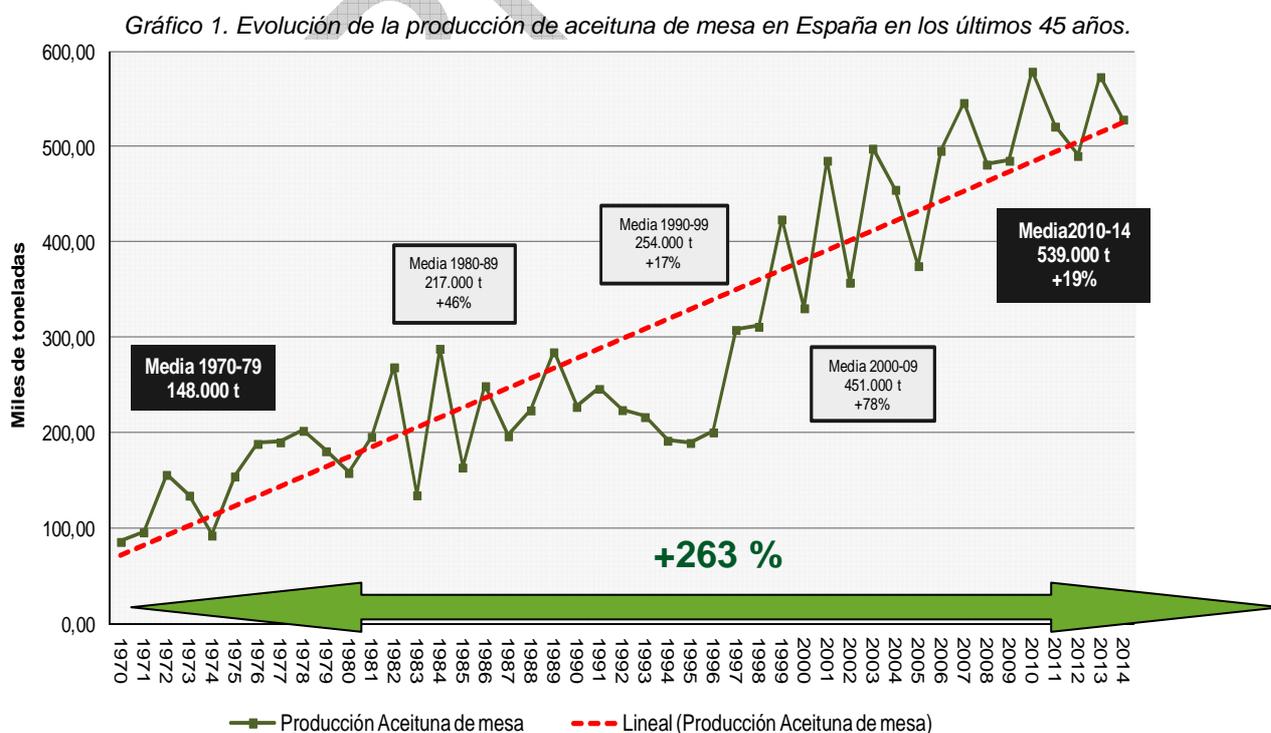
La producción está creciendo cuatro veces más en países EXTRA UE que dentro de la Unión, donde los países productores, con mayor tradición, Grecia, Italia y Portugal, tienen un ritmo de crecimiento mucho más ralentizado.

Sudamérica (Perú, Chile y Argentina) está experimentando importantes crecimientos, aunque en el caso argentino se observa cierta variabilidad en los últimos años.

2.2.- PRODUCCIÓN EN ESPAÑA

2.2.1.- Evolución de la producción

La producción de aceituna de mesa en España durante los últimos 45 años se ha incrementado notablemente, pasando de una media de 148.000 t en la década de los años 70 a las 539.000 t actuales.

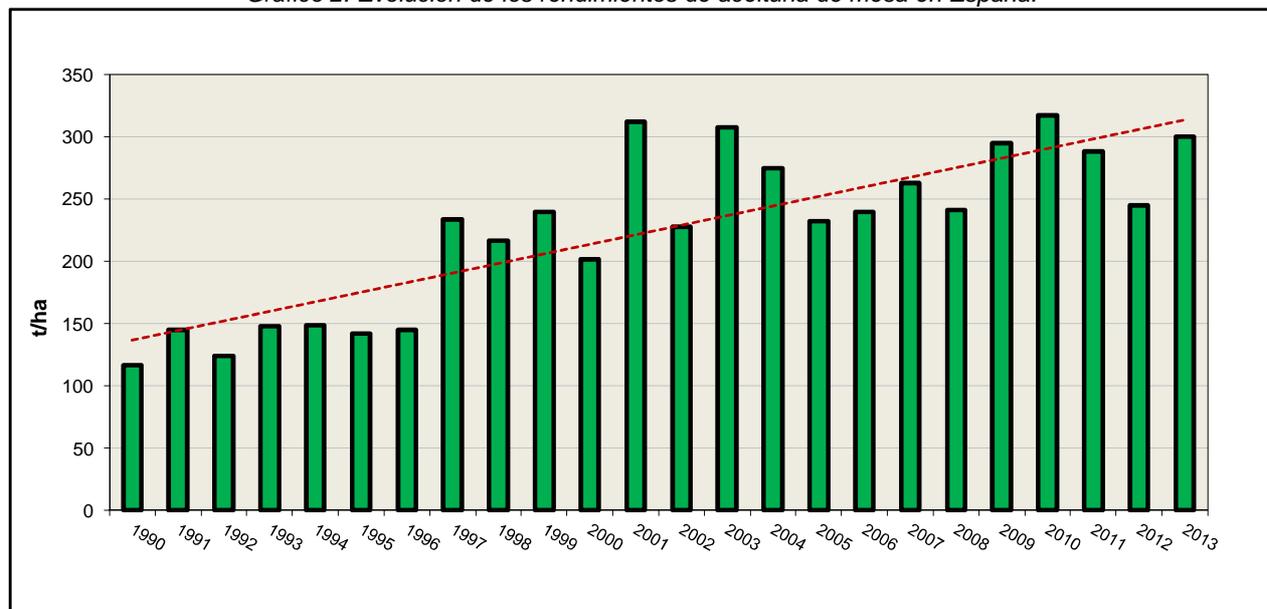


Fuente: Anuario de Estadísticas del MAGRAMA

El incremento más importante se produce en el periodo 2000-09. Si comparamos la producción de la campaña 2014/15 con la registrada en la 1970/71, la misma se ha quintuplicado.

Dada la reducción de superficie observada en el capítulo anterior, el crecimiento de la producción se debe a una mejora en los rendimientos del cultivo.

Gráfico 2. Evolución de los rendimientos de aceituna de mesa en España.



Fuente: Anuario de Estadísticas del MAGRAMA.

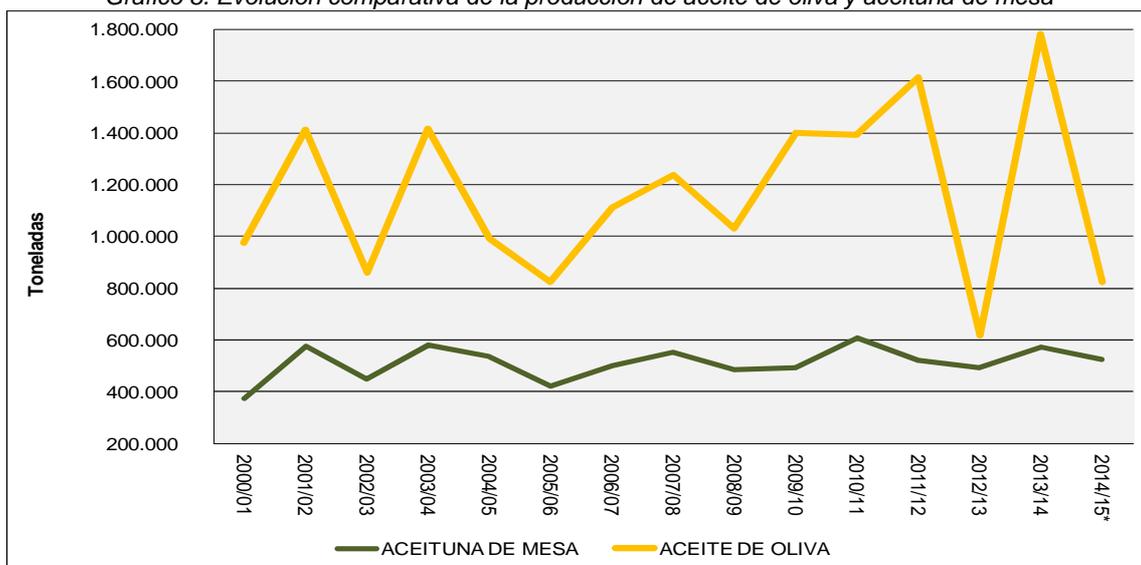
Si comparamos el rendimiento medio de los últimos seis años, con el de 1990-1995, se observa un incremento del 105%.

2.2.2.- Variabilidad entre la producción de aceituna para almazara y para mesa.

Los dos productos que se obtienen del olivar, aceite de oliva y aceituna de mesa, presentan un cierto paralelismo productivo, es decir cuando hay una buena cosecha de aceite también la hay de aceituna de mesa, pero la variabilidad en el caso de la aceituna de mesa es menor, debido a la suma de diversos aspectos:

- Mayor intensidad en el cultivo de olivar para aceituna de mesa, más porcentaje de superficie en regadío y mayor densidad de árboles por hectárea.
- El periodo de exposición del fruto a la climatología es menor: la recolección en la aceituna de mesa es más temprana (finales de agosto hasta mediados de octubre, aproximadamente), por lo que el fruto está menos expuesto a fenómenos como lluvias otoñales y heladas que podrían afectar a la producción y a su calidad.
- El árbol se prepara mejor para la siguiente cosecha, por dos aspectos, uno por la propia recolección temprana que permite al árbol recuperarse mejor y también porque al no existir "vareo" en la recolección, los brotes del árbol no sufren y por tanto la floración siguiente es mucho mayor que en el caso de la aceituna de almazara. Asimismo, la no presencia del fruto en el árbol permite que se produzca la inducción floral.

Gráfico 8. Evolución comparativa de la producción de aceite de oliva y aceituna de mesa



Fuente: Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA). MAGRAMA

2.2.3.- Distribución territorial de la producción de aceituna de mesa

Al igual que en la superficie, la producción de aceituna de mesa está muy localizada en dos comunidades autónomas: Andalucía y Extremadura.

Cuadro 1. Distribución autonómica de la producción de aceituna de mesa en toneladas.

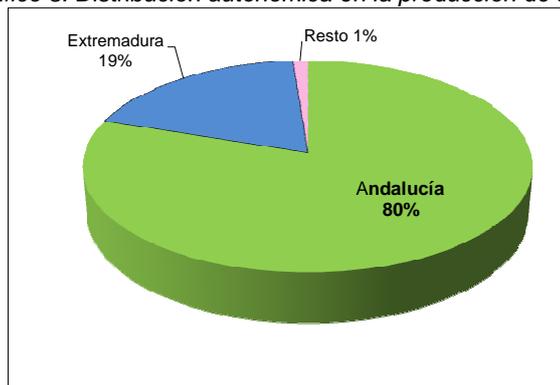
	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15*
ANDALUCÍA	390.885	490.123	414.609	403.963	434.558	438.522
ARAGON	5.012	4.111	1.715	2.425	2.930	682
BALEARES	41	37	20	45	44	19
C. VALENCIANA	233	498	145	316	491	320
CASTILLA LA MANCHA	566	451	774	345	1.151	323
CASTILLA Y LEON	1.200	1.409	274	313	127	458
CATALUÑA	1.083	467	303	594	559	395
EXTREMADURA	92.648	109.652	101.819	81.292	132.028	83.504
MADRID	425	519	713	937	527	340
MURCIA	826	0	0	0	0	318
ESPAÑA	492.919	608.633	521.459	490.942	573.079	524.880

* Campaña 2014/15 Provisional.

Fuente: AICA.MAGRAMA.

Andalucía supone el 80% del total español, el 19% corresponde a Extremadura, y el 1% restante se distribuye entre el resto de zonas productoras.

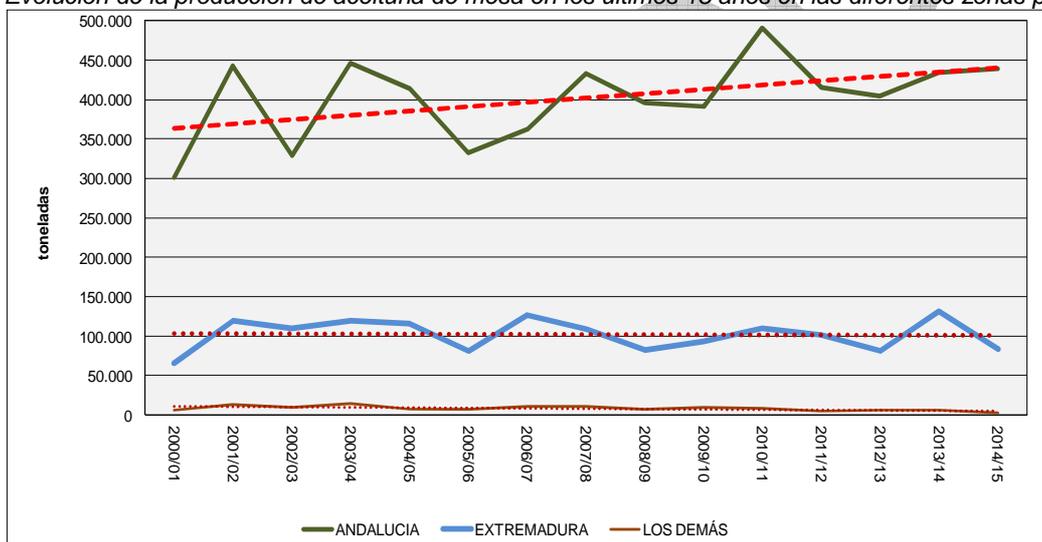
Gráfico 3. Distribución autonómica en la producción de aceituna de mesa



Fuente: AICA. MAGRAMA

La evolución de la producción de estas zonas condiciona el comportamiento de la producción nacional de una forma muy relevante, observándose una tendencia creciente en el caso de Andalucía y mucho más estable en Extremadura.

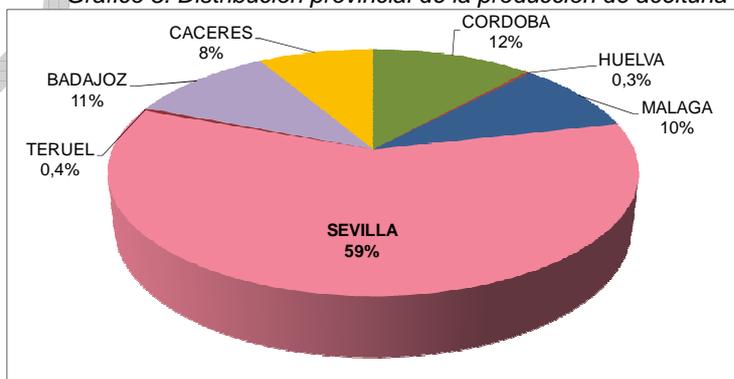
Gráfico 4. Evolución de la producción de aceituna de mesa en los últimos 15 años en las diferentes zonas productoras.



Fuente: AICA. MAGRAMA

Sevilla es la gran provincia productora de aceituna de mesa de España, seguida de Córdoba, Badajoz y Málaga. A nivel andaluz, Sevilla representa el 72% de la producción andaluza.

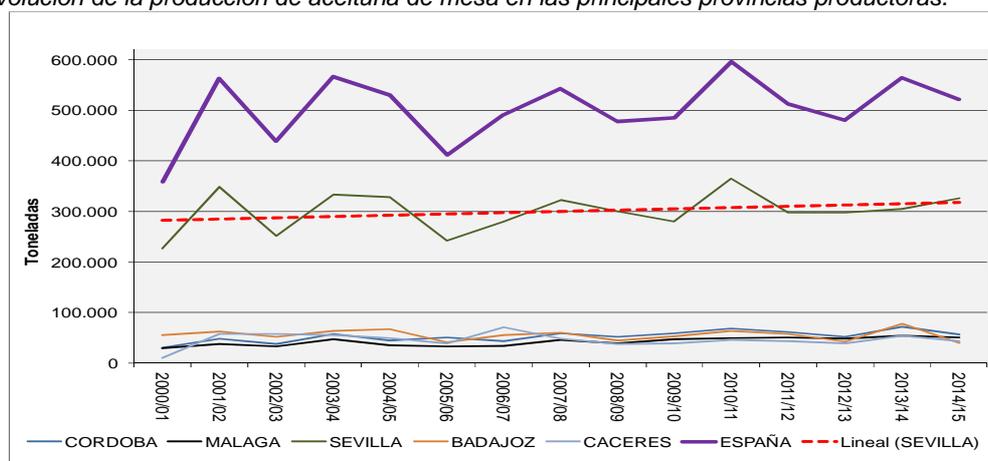
Gráfico 5. Distribución provincial de la producción de aceituna de mesa.



Fuente: AICA.MAGRAMA

Consecuentemente, la pauta nacional es muy parecida a la de esta provincia.

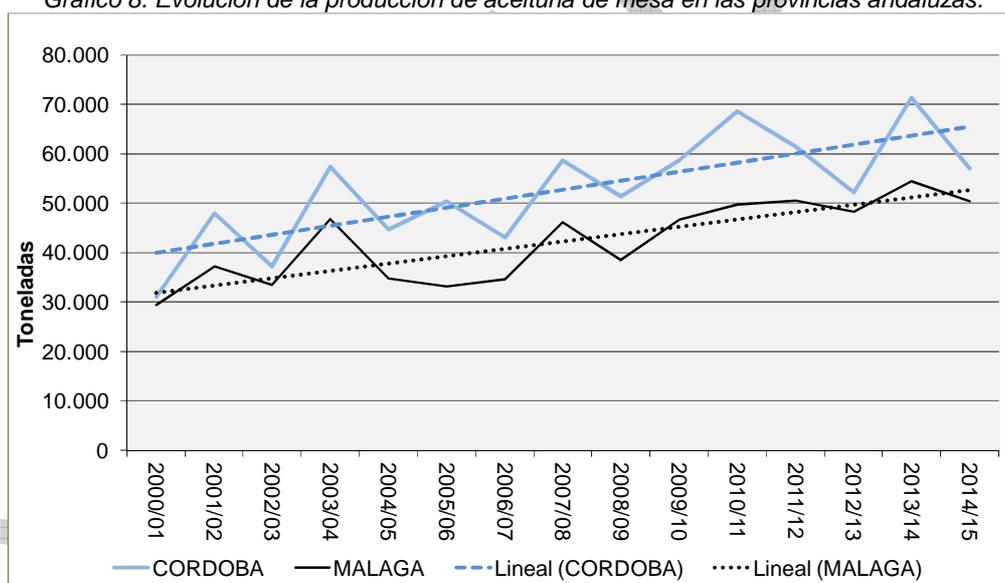
Gráfico 6. Evolución de la producción de aceituna de mesa en las principales provincias productoras.



Fuente: AICA

Sevilla presenta una gran estabilidad en la producción, mientras que Córdoba y Málaga, aunque con menor porcentaje, han tenido un mayor crecimiento en las últimas 15 campañas, permitiendo así que la producción nacional aumente.

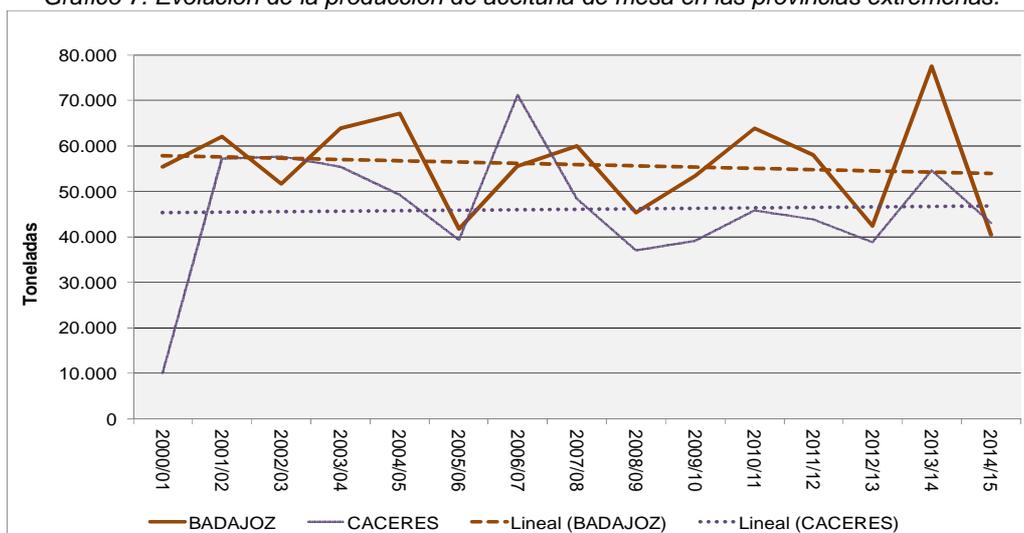
Gráfico 8. Evolución de la producción de aceituna de mesa en las provincias andaluzas.



Fuente: AICA

La producción en Extremadura presenta cierta dualidad. Mientras que en el caso de Cáceres se da una mayor estabilidad, en la provincia de Badajoz se produce cierta tendencia recesiva. Considerando que según los datos del ANUARIO de Estadística del MAGRAMA la superficie destinada a aceituna de mesa en ambas provincias en estos últimos años se ha mantenido inalterada, las razones habría que buscarlas en posibles variaciones productivas motivadas por diversos factores o en el mayor o menor destino de la producción a verdeo.

Gráfico 7. Evolución de la producción de aceituna de mesa en las provincias extremeñas.

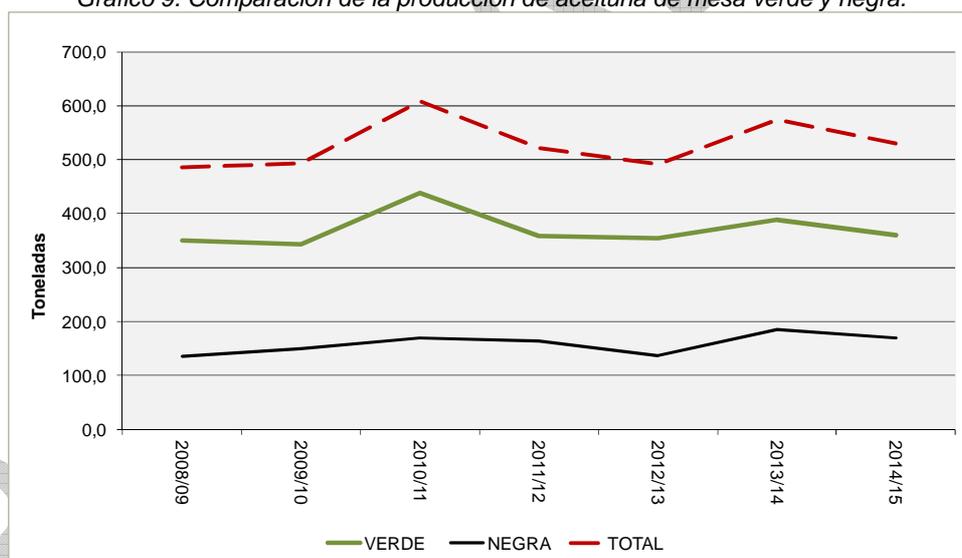


Fuente: AICA

2.2.4.- Producción de la aceituna de mesa según tipos (verde frente negra)

La producción para verde supone el 70% de la producción total. La negra, aunque tiene un menor porcentaje, presenta una mayor estabilidad productiva.

Gráfico 9. Comparación de la producción de aceituna de mesa verde y negra.



Fuente: AICA

2.2.5.- Producción de aceituna de mesa según variedades

En España las variedades más representativas que existen de aceituna de mesa son:

Cuadro 1 Características de las principales variedades de aceituna de mesa de nuestro país.



MANZANILLA DE SEVILLA

LOCALIZACIÓN: Sevilla, Badajoz y Huelva.
PRODUCCIÓN: 169.000 t

APARIENCIA: tamaño mediano de forma casi redonda y con hueso relativamente pequeño.
ENTRADA EN PRODUCCIÓN: precoz
ÉPOCA DE FLORACIÓN: media con polen de alta capacidad germinativa
ÉPOCA DE MADURACIÓN: precoz, con elevada resistencia al desprendimiento.
PRODUCTIVIDAD: alta y alternante
ACEITE: contenido en aceite medio, de elevada calidad y estabilidad.
SINONIMIA: Carrasqueña (41.000 t)



GORDAL SEVILLANA

LOCALIZACIÓN: Sevilla
PRODUCCIÓN: 32.500 t
APARIENCIA: frutos acorazonados de gran

tamaño de fruto (12,5 g/fruto)
ENTRADA EN PRODUCCIÓN: media
ÉPOCA DE FLORACIÓN: media con polen de baja germinabilidad
ÉPOCA DE MADURACIÓN: precoz
PRODUCTIVIDAD: baja y alternante
ACEITE: contenido en aceite bajo.



HOJIBLANCA

LOCALIZACIÓN: Córdoba, Sevilla, Málaga y Granada.
PRODUCCIÓN: 238.000 t
APARIENCIA: de forma

elíptica y tamaño grande.
ENTRADA EN PRODUCCIÓN: media
ÉPOCA DE FLORACIÓN: media o tardía con polen de mediana calidad.
ÉPOCA DE MADURACIÓN: tardía con elevada resistencia al desprendimiento pero se adapta muy bien a la mecanización.
PRODUCTIVIDAD: alta y alternante.
ACEITE: contenido en aceite alto y de alta calidad y ejemplo de doble aptitud.



MANZANILLA CACEREÑA

LOCALIZACIÓN: Cáceres principalmente pero también hay en Badajoz, Salamanca, Ávila y

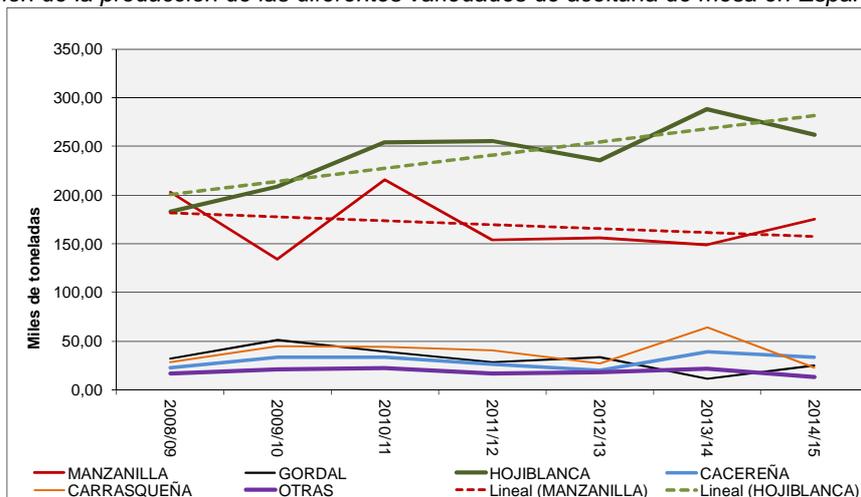
Madrid.
PRODUCCIÓN: 29.000 t
APARIENCIA: de tamaño medio a grande con forma esférica.
ENTRADA EN PRODUCCIÓN: precoz
ÉPOCA DE FLORACIÓN: temprana con un polen de alta germinabilidad.
ÉPOCA DE MADURACIÓN: temprana.
PRODUCTIVIDAD: alta y constante.
ACEITE: contenido en aceite bajo pero de alta calidad.

De ellas, las principales son la hojiblanca (45% de la producción española) y la manzanilla (32%).

La hojiblanca está teniendo una evolución importante en los últimos 6 años, que coincide con una ligera tendencia a la baja de la manzanilla. Se produce además cierto efecto de sustitución entre ambas.

Estas dos variedades mayoritarias presentan unos niveles muy diferentes a los del resto:

Gráfico 11. Evolución de la producción de las diferentes variedades de aceituna de mesa en España (I)



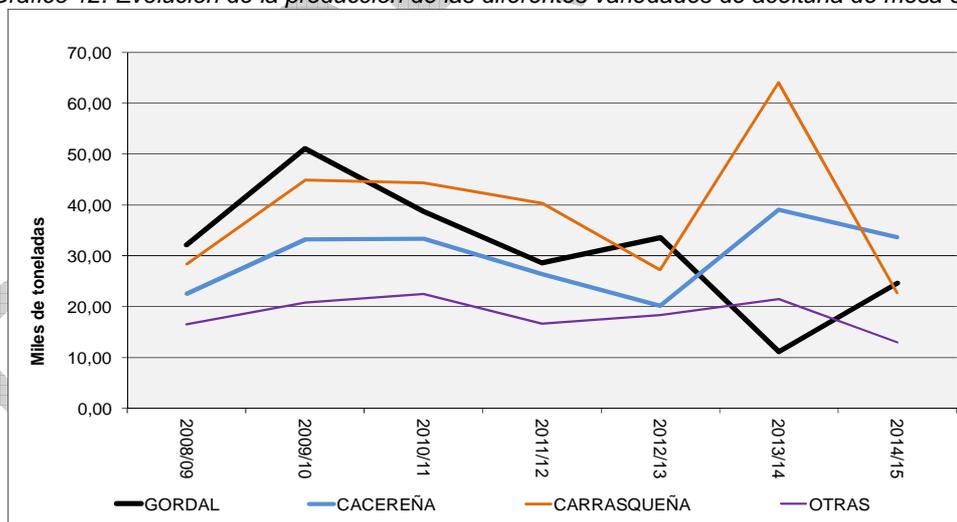
Fuente: AICA

El comportamiento de las otras variedades más representativas como gordal (6%), carrasqueña (8%) y cacereña (5,5%) presentan una mayor variabilidad en la producción.

La gordal y la carrasqueña presentan un importante retroceso en la producción, que en el caso de la última fue corregido ligeramente al alza gracias a la cosecha de 2013/14, donde alcanzó el máximo con más de 64.000 t. En cambio para la gordal, esa campaña marcó un mínimo histórico de 11.000 t.

Estas variedades de tendencia decreciente, contrastan con la cacereña que presenta una ligera tendencia al alza.

Gráfico 12. Evolución de la producción de las diferentes variedades de aceituna de mesa en España (II)



Fuente: AICA

DESTACAMOS...

La producción de aceituna de mesa en España en los últimos 25 años se ha multiplicado por cuatro.

Este incremento se ha producido por la intensificación del cultivo, y por tanto por una mejora de la productividad y una disminución de la vecería.

Andalucía supone el 80% de la producción total, siendo Sevilla la provincia más importante, aunque con menor crecimiento que otras andaluzas como Córdoba o Málaga. Le sigue Extremadura, donde se produce el 19% del total.

La principal variedad en España es la Hojiblanca, variedad de doble aptitud que representa el 47% de la producción con un gran crecimiento 43% en los últimos años.

La Manzanilla de Sevilla, que representa el 30% de la producción nacional, está en retroceso en los últimos 15 años con un descenso de 13%.

Gordal y Carrasqueña han experimentado retrocesos superiores: 20% y 23% respectivamente.

BOK

3.- ANÁLISIS DE LOS COSTES DE PRODUCCIÓN EN EL CULTIVO DE LA ACEITUNA DE MESA

El cultivo de la aceituna de mesa presenta una gran diversidad de situaciones productivas, por lo que una sistematización del estudio de costes de producción requiere una importante revisión bibliográfica de trabajos anteriores realizados y la consulta de diferentes expertos en el cultivo que permitan reflejar esa variabilidad.

El objetivo de esta sistematización es permitir la comparación entre situaciones diferentes y obtener resultados concretos, si bien es cierto que se pierden matices, lo que limita el alcance de los resultados.

Teniendo en cuenta estas consideraciones iniciales, se han estimado los costes de producción del cultivo de aceituna de mesa estableciendo una tipología de olivar en base a los principales parámetros que definen un sistema productivo: riego e intensificación del cultivo (a través de la densidad de árboles por hectárea).

3.1.- TIPOLOGÍAS DEL OLIVAR DEFINIDAS PARA EL ESTUDIO

Las explotaciones con recolección mecanizada son aquellas con una mayor intensificación de cultivo, de manera que se ha considerado para el estudio que aquellas con una densidad de árboles superior a 200 olivos/hectárea suele permitir mecanizar la recolección.

Estos parámetros se han elegido dado que permiten, en base a las estadísticas del MAGRAMA, clasificar cada una de las hectáreas de olivar de aceituna de mesa, posibilitando una estimación de la distribución de este cultivo en España.

Cuadro 1. Distribución estimada de la superficie nacional de aceituna de mesa en función del riego y la intensificación de cultivo (Hectáreas).

PARÁMETROS	Densidad < 200 olivos/ha	Densidad > 200 olivos/ha	TOTAL
Secano	59.611	23.384	82.995
Regadío	31.263	30.646	61.909
TOTAL	90.874	54.030	144.904

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta de Plantaciones 2012. MAGRAMA.

En base a estos parámetros, se definen las siguientes tipologías de olivar:

Cuadro 2. Definición de tipologías del cultivo para el estudio de costes de producción.

PARÁMETROS	Densidad < 200 olivos/ha	Densidad > 200 olivos/ha
Secano	A1 Recolección manual	A3 Recolección mecanizada
	A2 Recolección manual	A4 Recolección mecanizada

Fuente: Subdirección General de Frutas y Hortalizas, Aceite de Oliva y Viticultura (SGFHAOV). MAGRAMA.

En base a las fuentes consultadas, para cada una de las tipologías definidas se han establecido unos rendimientos medios, que permitirán calcular la incidencia de los costes en cada kilogramo de aceituna producida y por hectárea de cultivo.

Cuadro 3. Estimación de rendimientos en función de las tipologías establecidas.

PARÁMETROS	Densidad < 200 olivos/ha	Densidad > 200 olivos/ha
Secano	A1 3.000 kg/ha	A3 3.000 kg/ha
Regadío	A2 4.500 kg/ha	A4 4.500 kg/ha

Fuente: SGFHAOV. MAGRAMA.

En las explotaciones de mayor densidad, además de la recolección mecanizada, se ha considerado una intensificación de las técnicas de cultivo que también tiene su influencia en los costes de producción.

3.2.- ESTRUCTURA DE COSTES

3.2.1.- Costes Directos

Los costes directos son aquellos que se encuentran vinculados con el proceso de producción de aceituna de mesa, incluyen los siguientes aspectos:

- a) **Fertilización:** incluye el coste de materia prima y la aplicación de la misma. Dicho coste se relaciona de una manera directa con la intensificación del cultivo, bien por aumento de la densidad o bien por el riego del cultivo.

Este coste reduce su valor unitario por kg, de forma que cuanto mayor rendimiento, menor es el impacto por kg.

- b) **Tratamientos fitosanitarios:** comprende los costes de materia prima de fungicidas o insecticidas y los de su aplicación, para el control de enfermedades y plagas de los cultivos. Este coste es superior en el caso de las explotaciones de regadío, porque se hacen más tratamientos.

- c) **Mantenimiento del suelo:** incluye el laboreo (si lo hubiera), tratamientos para mantener el suelo libre de malas hierbas –bien sea mediante herbicida o desbrozado- y por último, aquellas labores de preparación del suelo para la recolección. A nivel general, se ha observado que:

- Si la explotación es de secano, el laboreo –bien sea total o reducido- es mayoritario.
- Si la explotación es de regadío, por el contrario, lo más habitual es cubierta vegetal –bien sea sembrada o espontánea-.

- d) **Poda:** engloba los costes de la poda, la limpia, la eliminación de restos de poda y el desvareto. Este tipo de tareas son fundamentales en el caso del cultivo de olivar para aceituna de mesa para lograr que ésta tenga un calibre adecuado, y por ello es de los aspectos más importantes en estas explotaciones. A este respecto, indicar que cada vez hay una mayor tendencia hacia la incorporación de residuos de poda en el suelo, aunque todavía no es mayoritario en las plantaciones, motivo por el cual no se ha incluido el coste de esta operación.

- e) **Recolección:** incluye las labores de recolección –mecanizada o manual, según las tipologías- y el transporte de la aceituna fuera de la explotación en remolques

y jaulas. Este coste, al igual que el anterior, tiene una gran importancia en el cultivo de la aceituna de mesa, porque depende de él que no haya importantes mermas en la calidad del producto, que influyen considerablemente en la disminución del valor final de la aceituna.

- f) **Riego**: comprende los costes de impulsión y mantenimiento de la instalación de riego y el agua.

3.2.2.- Costes Indirectos

En este tipo de costes se han incluido los gastos generales de la explotación y los impuestos, diferenciándolos en función de la intensificación de la plantación.

3.2.3.- Amortizaciones

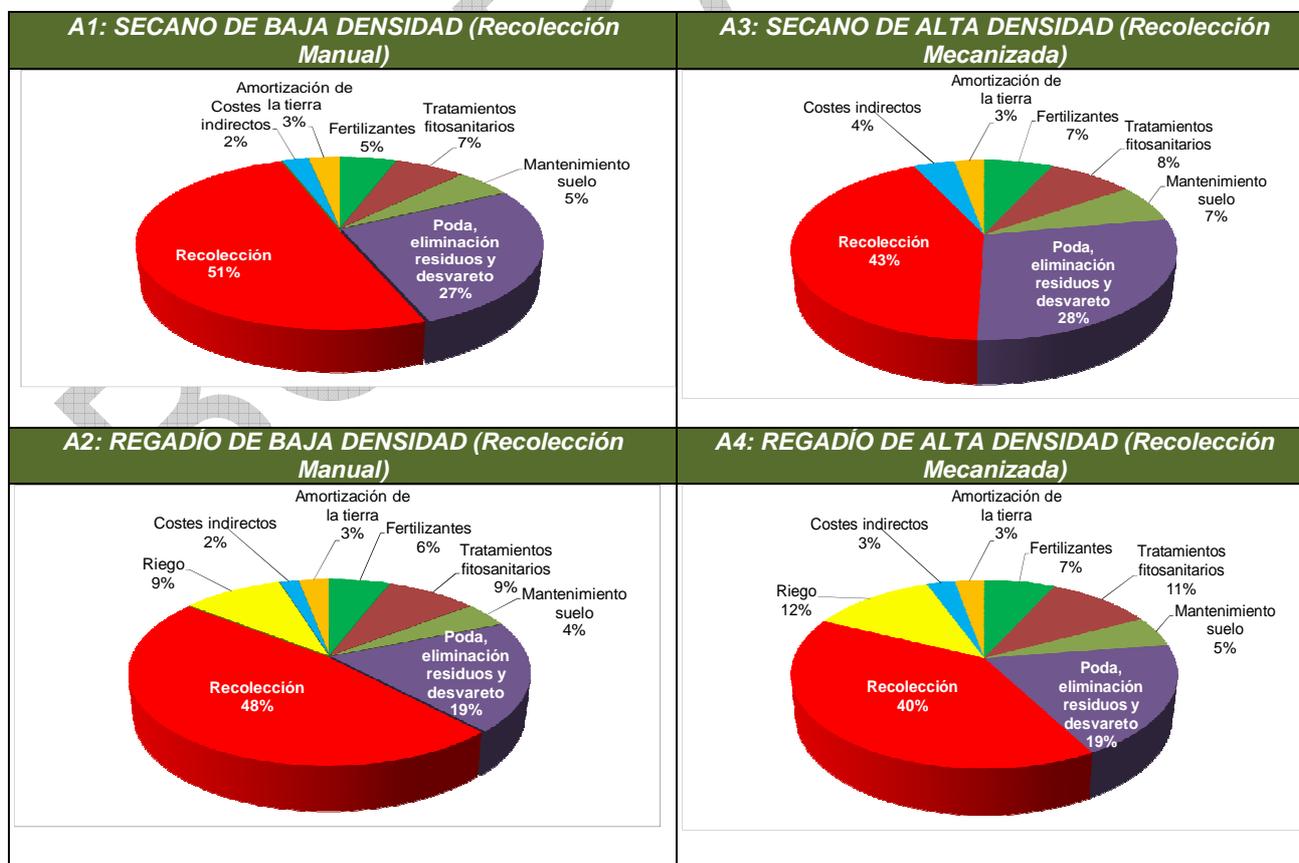
Se ha estimado dicho concepto como el 3% de los costes anteriores.

3.3.- ANALISIS DE LOS COSTES DE PRODUCCIÓN

3.3.1.- Según tipologías

Realizando un estudio de los costes explicados anteriormente para cada una de las tipologías se observa que la importancia de los costes directos, varía ligeramente según el tipo de explotación:

Gráfico 3. Estimación de la importancia relativa de los diferentes costes por hectárea según tipologías de explotación de aceituna de mesa.



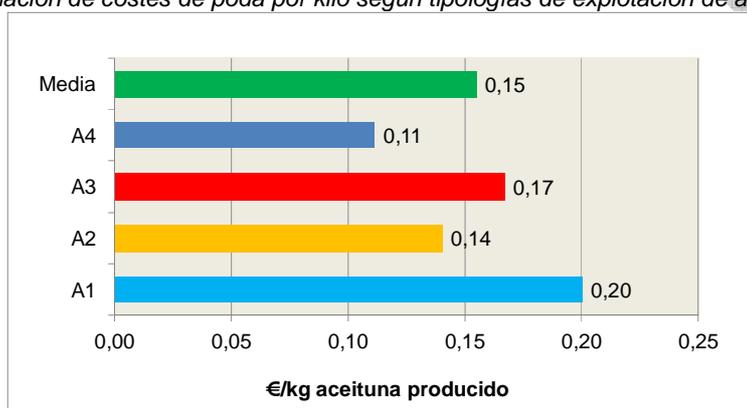
Fuente: SGFHAOV. MAGRAMA.

El coste directo más importante para la aceituna de mesa, independientemente de la tipología, es la recolección, seguido de la poda, la cual representa un porcentaje mayor en el caso de las explotaciones de secano, porque el resto de los costes son menores y éste en valores absolutos es muy similar.

En el caso de las de regadío, obviamente el riego supone un coste importante (9 – 12%) y los tratamientos fitosanitarios también se incrementan.

Analizando los costes de poda según la tipología se observa que los tipos A1 y A3 donde éste es más importante, tienen valores por kilo de aceituna más elevados, aunque es mayor en el secano de baja densidad que en el de alta.

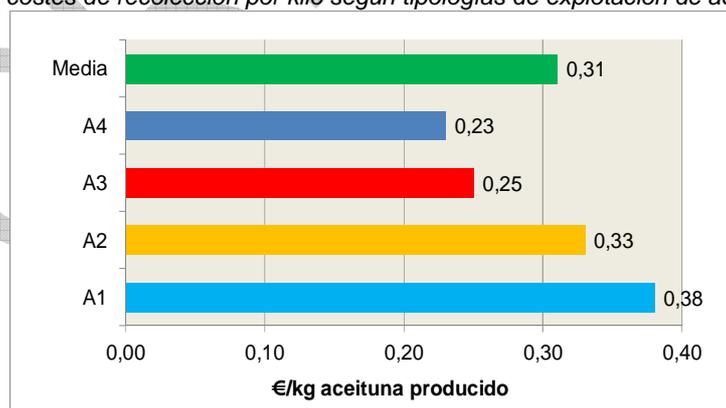
Gráfico 4. Estimación de costes de poda por kilo según tipologías de explotación de aceituna de mesa.



Fuente: SGFHAOV. MAGRAMA.

En el caso de la recolección se observa que los tipos de explotación donde la recolección es mecanizada ésta supone un menor porcentaje y por kilo, obviamente también sale más económico cuanto mayor es el rendimiento y mayor la densidad.

Gráfico 5. Estimación de costes de recolección por kilo según tipologías de explotación de aceituna de mesa.



Fuente: SGFHAOV. MAGRAMA.

El análisis de los costes por unidad de superficie muestra cómo los costes se incrementan conforme aumenta la intensificación, por ejemplo en el caso de tratamientos fitosanitarios o fertilizantes.

Sin embargo, la recolección no mantiene dicha proporcionalidad porque existe un gran diferencial de coste entre la recolección manual y mecanizada, haciendo que los costes por hectárea sean superiores en explotaciones con regadío y recolección manual (Tipo

A2 de explotación) a las explotaciones de regadío con recolección mecanizada (Tipo A4).

Cuadro 3. Estimación de los costes directos según el tipo de explotación.

Tipos		Fertilizantes €/ha	Tratamientos fitosanitarios €/ha	Mantenimiento suelo €/ha	Poda €/ha	Recolección €/ha	Riego €/ha	Costes directos €/ha	Costes directos €/kg
A1	Secano - Baja Densidad (R. Manual)	120	150	120	600	1.140	0	2.130	0,71
A2	Regadío - Baja densidad (R. Manual)	180	270	135	600	1.485	300	2.970	0,66
A3	Secano - Alta Densidad (R. Mecanizada)	120	150	120	500	750	0	1.640	0,55
A4	Regadío - Alta densidad (R. Mecanizada)	180	270	135	500	1.035	315	2.435	0,54
Valor medio		146	201	126	563	1.129	131	2.297	0,63

Fuente: SGFHAOV. MAGRAMA.

Si a estos costes directos se les añaden los indirectos y las amortizaciones el resultado es el siguiente:

Cuadro 4. Estimación de los costes según el tipo de explotación.

Tipos		Costes directos €/ha	Costes indirectos €/ha	Amortización €/ha	Coste de Producción Total €/ha	Coste de Producción Total €/kg
A1	Secano - Baja Densidad (R. Manual)	2.130	56	66	2.252	0,75
A2	Regadío - Baja densidad (R. Manual)	2.970	56	91	3.117	0,69
A3	Secano - Alta Densidad (R. Mecanizada)	1.640	72	51	1.763	0,59
A4	Regadío - Alta densidad (R. Mecanizada)	2.435	72	75	2.582	0,57
Valor medio		2.297	62	71	2.429	0,67

Fuente: SGFHAOV. MAGRAMA.

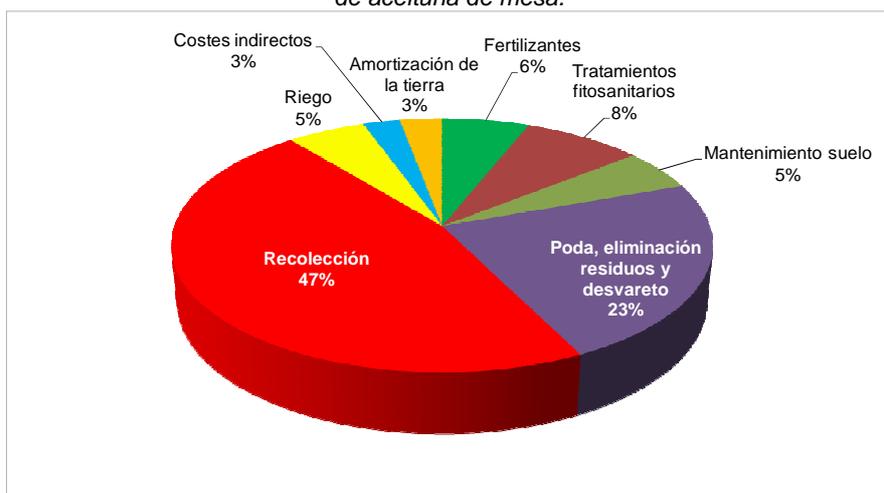
Con ello, el tipo de explotación de menor coste por hectárea es el secano de alta densidad con recolección mecanizada (A3) mientras que el más barato de producir por kilo de aceituna es el de regadío de alta densidad con recolección mecanizada (A4).

La tipología secano de baja densidad con recolección manual (A1) obtiene costes de producción más elevados, siendo un 27% más caro de producir que A3 y entre A2/A4 el diferencial es un 22% más de coste, diferenciales imputables a que la recolección es manual y a una menor densidad de árboles.

3.3.2.- Explotación media

Aunque el análisis de costes se ha realizado según diferentes tipologías de la explotación en base a la existencia de riego y a la densidad de árboles por hectárea, también se ha estudiado una explotación media de olivar para aceituna de mesa en España, ponderando los costes de cada tipología en función de su superficie de cultivo total (conforme a los datos del cuadro 1), obteniendo así la siguiente estructura de costes.

Gráfico 1. Estimación de la importancia relativa de los diferentes costes por hectárea en la explotación media española de aceituna de mesa.

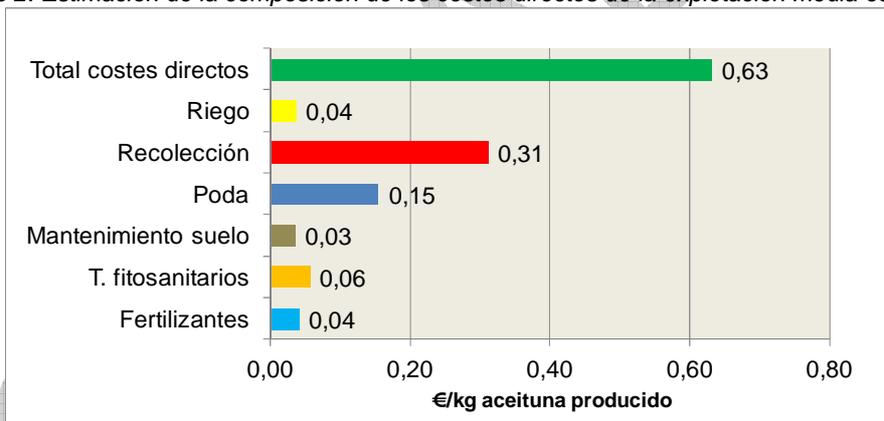


Fuente: SGFHAOV. MAGRAMA.

Los costes de recolección son los más importantes seguidos por la poda.

Los costes directos suponen el 96% del total, los cuáles para la explotación media española de aceituna de mesa, se pueden estimar en: 0,63 €/kg

Gráfico 2. Estimación de la composición de los costes directos de la explotación media española.



Fuente: SGFHAOV. MAGRAMA.

El coste total de esta explotación media, teniendo en cuenta los costes indirectos y las amortizaciones, se estima en **0,67 €/kg** de aceituna producida.

DESTACAMOS

Las explotaciones con mayor coste por hectárea son las de regadío con recolección manual, mientras que si se analiza el coste por kilo producido, los mayores costes son para las de secano con recolección manual.

Por el contrario, las explotaciones de regadío mecanizadas tienen el menor coste de producción por kilo (0,57 €/kg de aceituna), mientras que por unidad de superficie la de menor coste es el secano con recolección mecanizada (1.763 €/ha).

Esto supone que el diferencial entre el sistema de menor coste de producción por kilo de aceituna, explotaciones de regadío con recolección mecanizada, y el de mayor, que comprende las explotaciones de secano con recolección manual es del 31,5% (0,75 €/kg vs. 0,57 €/kg).

El cálculo de los costes para una explotación media rebela que los costes de recolección suponen, un 47% del total, por lo que son los principales en este cultivo, siendo la poda el segundo mayor gasto.

BORRADOR

4.- ANÁLISIS DEL BALANCE ESPAÑOL DE ACEITUNA DE MESA

El balance de aceituna de mesa es una estadística que relaciona los recursos disponibles del mercado con los diferentes destinos del mismo:

RECURSOS	DESTINOS
<ul style="list-style-type: none"> - Existencias iniciales - Producción - Importaciones 	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado total <ul style="list-style-type: none"> o Mercado Interior o Exportaciones - Mermas - Existencias finales

Gráfico 1. Balance medio de las cuatro últimas campañas (2011/12 a 2014/15).

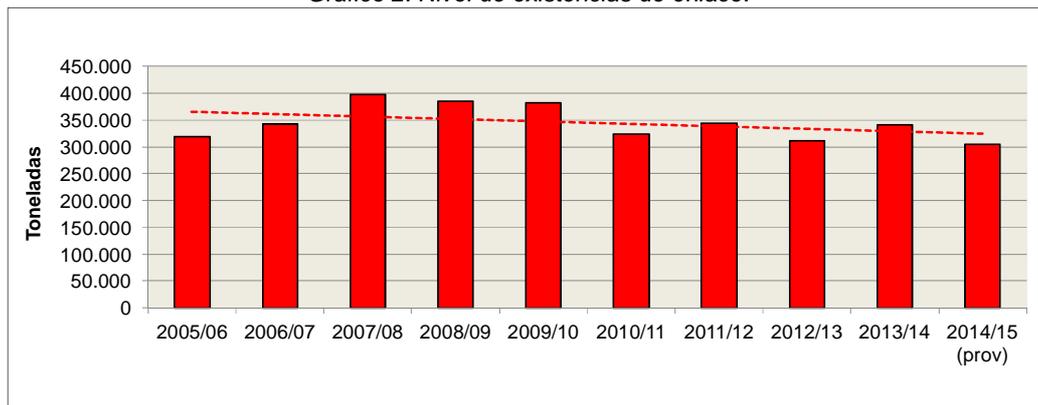


Fuente: elaboración propia a partir de balances MAGRAMA.

4.1.- LAS EXISTENCIAS INICIALES O DE ENLACE

El nivel de existencias de aceituna de mesa al final de campaña es el que permite realizar el enlace con la siguiente, y éste durante los últimos años se ha situado en un nivel medio de 325.500 t, habiendo descendido a 304.790 t en la campaña 2014/15. Se observa una tendencia a la baja.

Gráfico 2. Nivel de existencias de enlace.



Fuente: elaboración propia a partir de balances MAGRAMA.

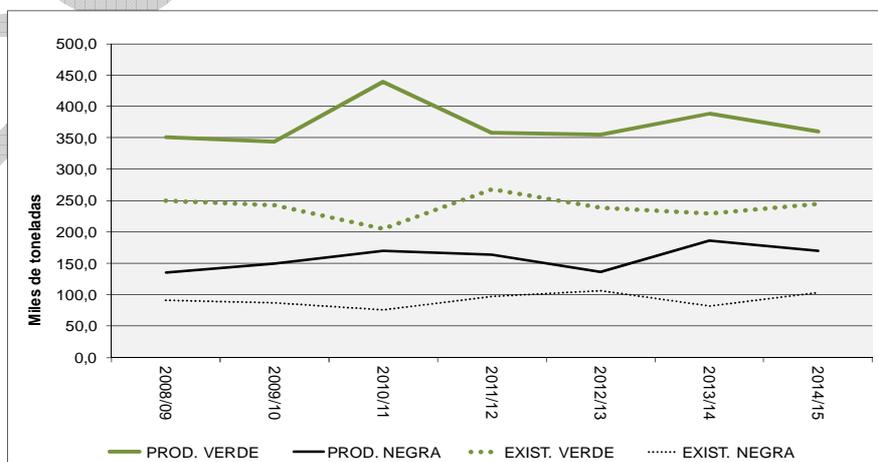
Cuando se relacionan estas existencias con el nivel de producción, para la media de las cuatro últimas campañas suponen un 60% de la producción media, es decir, las existencias que se tienen antes de empezar la campaña suelen ser de media casi 2/3 partes de lo que se produce.

Y si esto se relaciona con el nivel de recursos totales, supone un 36%, más de 1/3 de los recursos totales de una campaña media son remanentes de anteriores.

Estas existencias de enlace, como ya se ha dicho, son las necesarias para afrontar el comienzo de una campaña hasta que la producción de la misma se puede comercializar. La aceituna de mesa requiere un tiempo para que las diferentes preparaciones permitan un producto apto para consumo, por ello se estima que unas existencias teóricas de enlace ajustadas podrían estar alrededor del consumo de cuatro meses, es decir, que actualmente las existencias medias serían un 85% superiores a las teóricas que serían necesarias para cubrir las necesidades.

Además, indicar que existe una relación inversa entre el nivel de existencias al comienzo de campaña y la producción para ambos tipos de aceituna, con un carácter más marcado en el caso de la aceituna verde. En base a la media de las cuatro últimas campañas, las existencias de aceituna verde son un 72% de las totales frente al 28% de las negras, porcentajes similares a los que se han visto en producción.

Gráfico 10. Relación entre la evolución de existencias y producción de la aceituna de mesa verde y negra.

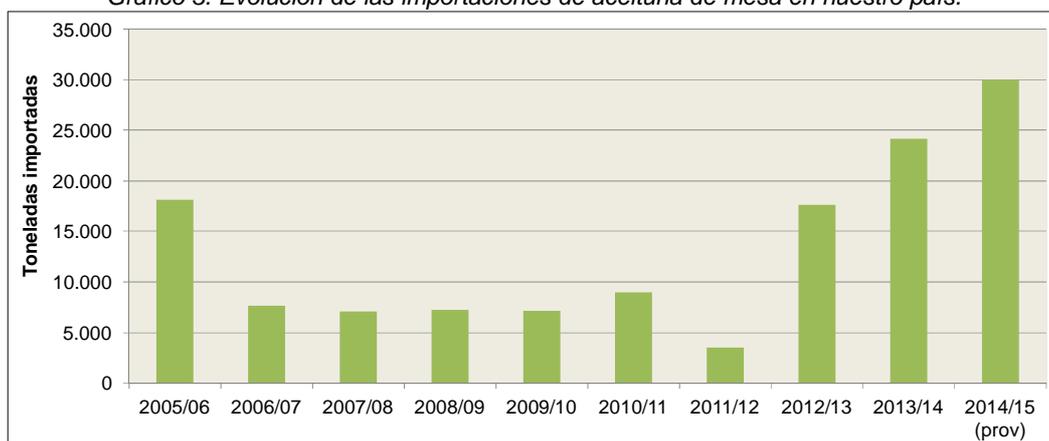


Fuente: AICA. MAGRAMA.

4.2.- IMPORTACIONES

Las importaciones de aceituna de mesa en España tradicionalmente han sido muy poco significativas, si bien se observa en los últimos años una tendencia creciente. La media de las últimas campañas se sitúa en las 18.000 t, ofreciendo una gran variabilidad. Estos flujos suelen estar ligados a corrientes tradicionales o a necesidades concretas de algún tipo específico de aceituna.

Gráfico 3. Evolución de las importaciones de aceituna de mesa en nuestro país.



Fuente: elaboración propia a partir de balances MAGRAMA.

En las últimas campañas se está observando un importante incremento de las importaciones procedentes de Egipto, de una tipología de aceituna de calibre similar a la gordal. Aunque en el contexto general todavía son poco significativas, por las particularidades de la variedad gordal tanto desde el punto de vista productivo como de comercialización, y de continuar esta tendencia, debería ser objeto de una atención específica.

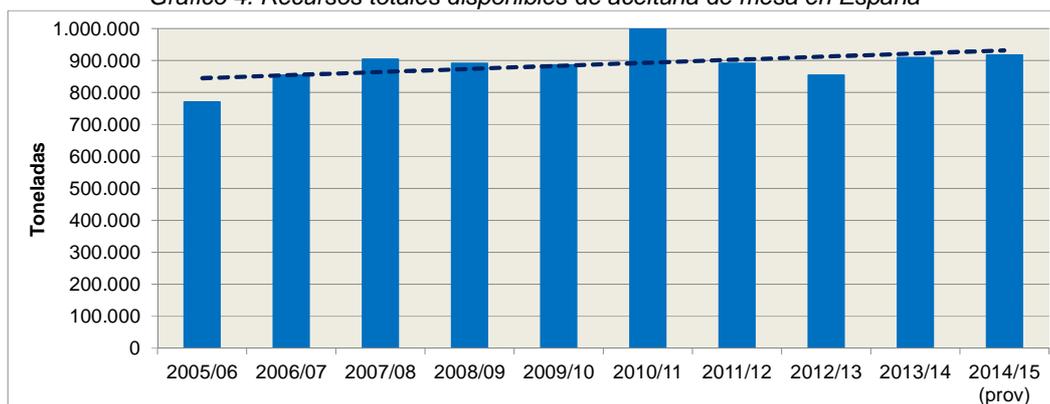
4.3.- RECURSOS TOTALES DISPONIBLES

Los recursos totales disponibles son la suma de las existencias de enlace, las importaciones y la producción.

Como se ha indicado en el apartado correspondiente a producción, el sector de la aceituna de mesa, a pesar de estar sometido a escenarios productivos cambiantes, sobre todo desde el punto de vista climatológico, no presenta variaciones tan acusadas de producción como en el caso del aceite de oliva. Su estructura productiva más homogénea y versátil asegura una cosecha media en el entorno de las 535.000 t, con picos productivos que pueden oscilar entre las 491.000 t de la campaña 2012/13 a las casi 609.000 de la 2010/11.

Ello le confiere una enorme estabilidad desde el punto de vista de recursos disponibles a gestionar por el mercado.

Gráfico 4. Recursos totales disponibles de aceituna de mesa en España



Fuente: elaboración propia a partir de balances MAGRAMA.

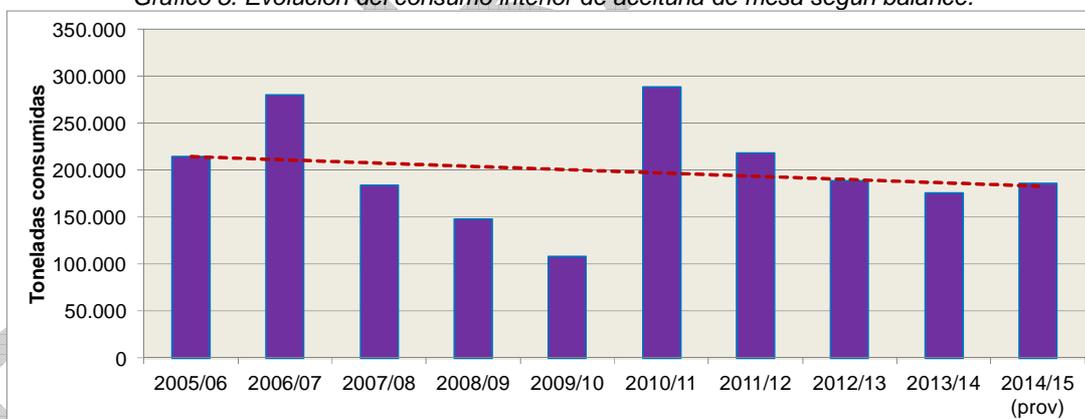
La media de las últimas campañas se sitúa en casi las 900.000 t, con cierta tendencia al alza, lo que supone una gran despensa de aprovisionamiento de aceitunas para el resto del mundo.

4.4.- CONSUMO INTERIOR

El consumo interior que aquí tratamos se obtiene por diferencia entre los demás elementos del balance. Además, debe indicarse que hasta la campaña 2012/13 incluía las pérdidas propias del proceso de fabricación.

En este contexto ofrece cierta variabilidad, menos acusada en las últimas campañas, en las que tiende a estabilizarse en el rango entre las 175.000 y las 200.000 t.

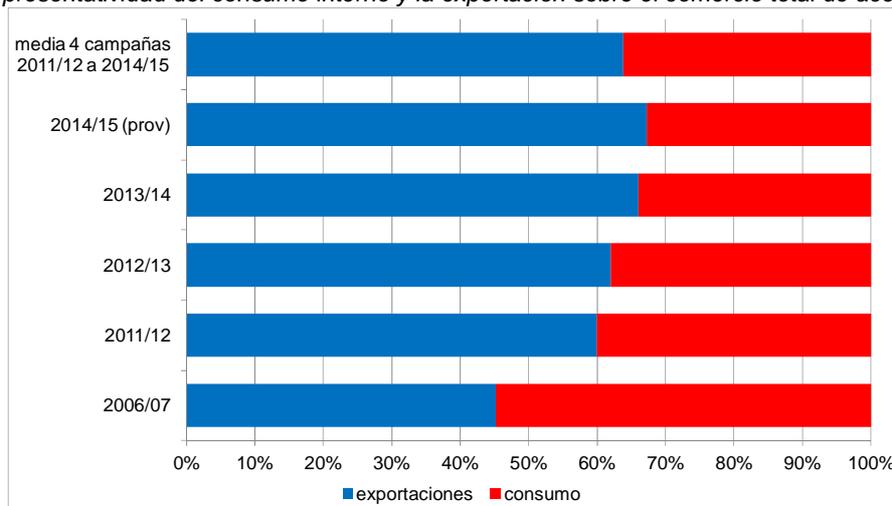
Gráfico 5. Evolución del consumo interior de aceituna de mesa según balance.



Fuente: elaboración propia a partir de balances MAGRAMA.

Hace una década el consumo interno y las exportaciones estaban equilibradas, es decir ambas suponían aproximadamente el 50% de la comercialización total, pero en los últimos años el peso de mercado nacional ha disminuido respecto al exterior, como consecuencia del incremento de las exportaciones.

Gráfico 6. Representatividad del consumo interno y la exportación sobre el comercio total de aceituna de mesa.



Fuente: elaboración propia a partir de balances MAGRAMA.

El consumo interno medio de las últimas cuatro campañas, supone el 37% del total de aceitunas comercializadas. Se puede considerar que es un mercado maduro, que tiende a cierta estabilidad desde el punto de vista cuantitativo aunque se aprecia cierto retroceso.

No obstante, dada su especial riqueza y diversidad en cuanto a industrias implicadas, formatos puestos en los lineales, canales de distribución, marcas, etc., parece interesante un análisis cualitativo futuro, que actualizara el estudio que ya realizó este Ministerio en 2006 a este respecto, permitiendo analizar las actuales tendencias de consumo.

4.5.- EXPORTACIONES

Es el elemento del balance tras la producción, tratada en el capítulo anterior, que más se desarrollará dada la importancia que tiene este elemento para el sector de la aceituna de mesa español.

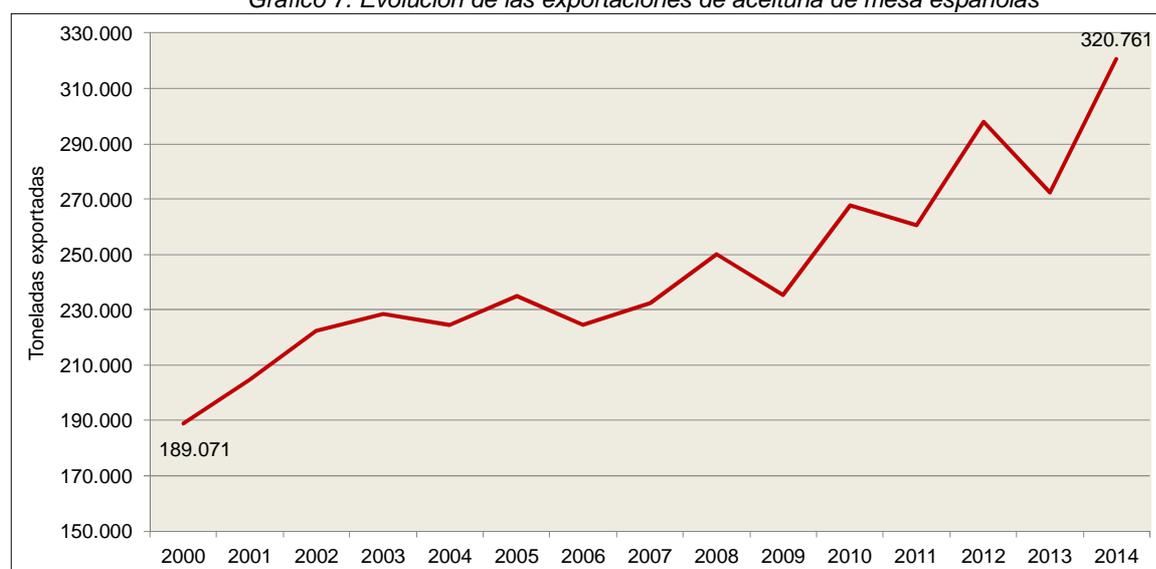
La media de las exportaciones en las últimas cuatro campañas supera las 338.000 t, lo que supone el 65% del total comercializado por nuestro país, con un valor de más de 700 millones de euros. En la campaña 2013/14 se alcanzó el record de exportaciones en España con 340.000 t y las previsiones para la campaña 2014/15 son de 380.000 t.

La aceituna española está presente en más de 160 países en los cinco continentes, destinándose a “Terceros Países” (EXTRA UE) casi el 60% de las exportaciones españolas, donde destaca EEUU con el 24% del total.

4.5.1.- Evolución de las exportaciones

Las exportaciones en estos últimos 15 años, se han incrementado un 70% en volumen..

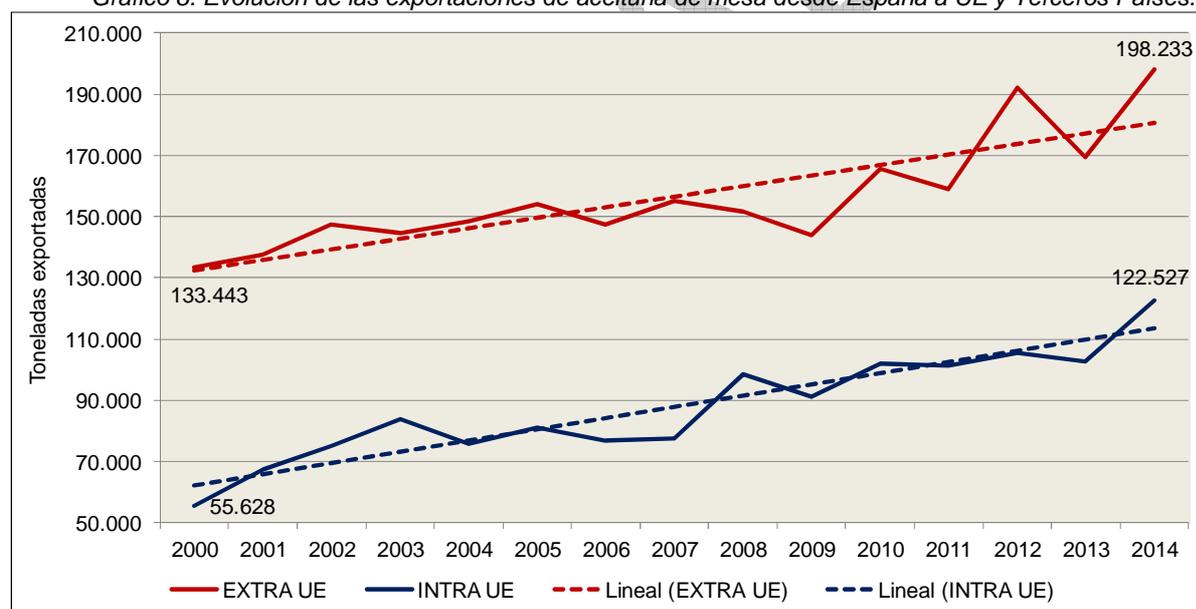
Gráfico 7. Evolución de las exportaciones de aceituna de mesa españolas



Fuente: EUROSTAT. Elaboración propia.

Esta tendencia creciente en las exportaciones presenta una mayor variabilidad según las campañas de las exportaciones a Terceros Países (EXTRA UE) frente a la UE:

Gráfico 8. Evolución de las exportaciones de aceituna de mesa desde España a UE y Terceros Países.



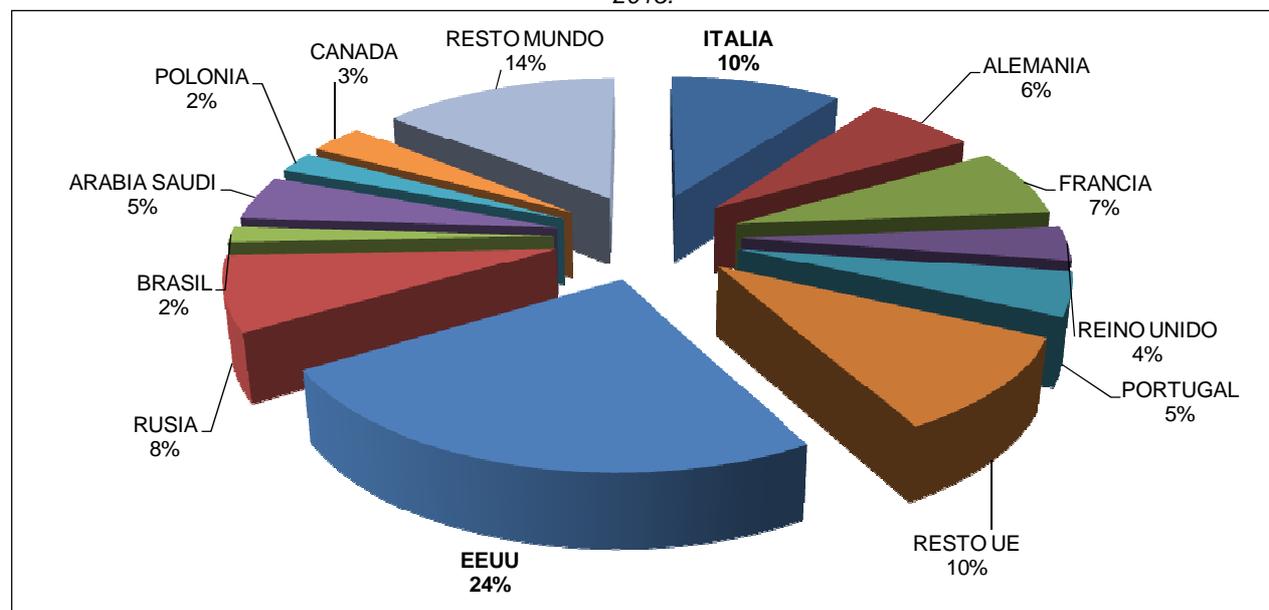
Fuente: EUROSTAT. Elaboración propia.

4.5.2.- Análisis de los principales destinos de las exportaciones

Dentro de la diversidad de destinos de las exportaciones españolas destaca EEUU, que como se ha indicado anteriormente supone un 24% del total de nuestras exportaciones, y en el caso del mercado comunitario (que en su conjunto representa el 42% del total) destaca Italia como destino del 10% de la aceituna exportada desde España.

Tan solo cinco países de destino (EEUU, Italia, Rusia, Francia y Alemania) suponen el 60% de nuestras exportaciones.

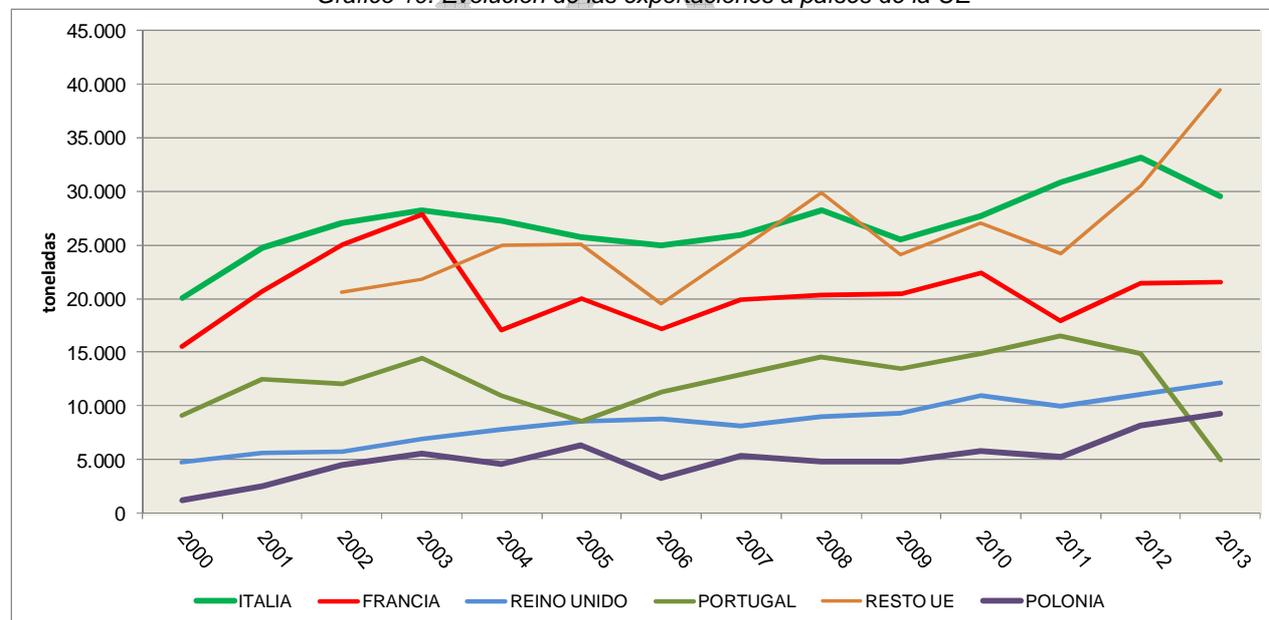
Gráfico 9. Principales destinos de las exportaciones de aceituna de mesa desde España respecto a la media de 2008-2013.



Fuente: EUROSTAT. Elaboración propia.

En la UE, las exportaciones españolas presentan una moderada tendencia al alza, dentro de la variabilidad, siendo ésta mucho más importante en el caso de los países que tienen una menor relevancia, como Polonia o Reino Unido.

Gráfico 10. Evolución de las exportaciones a países de la UE

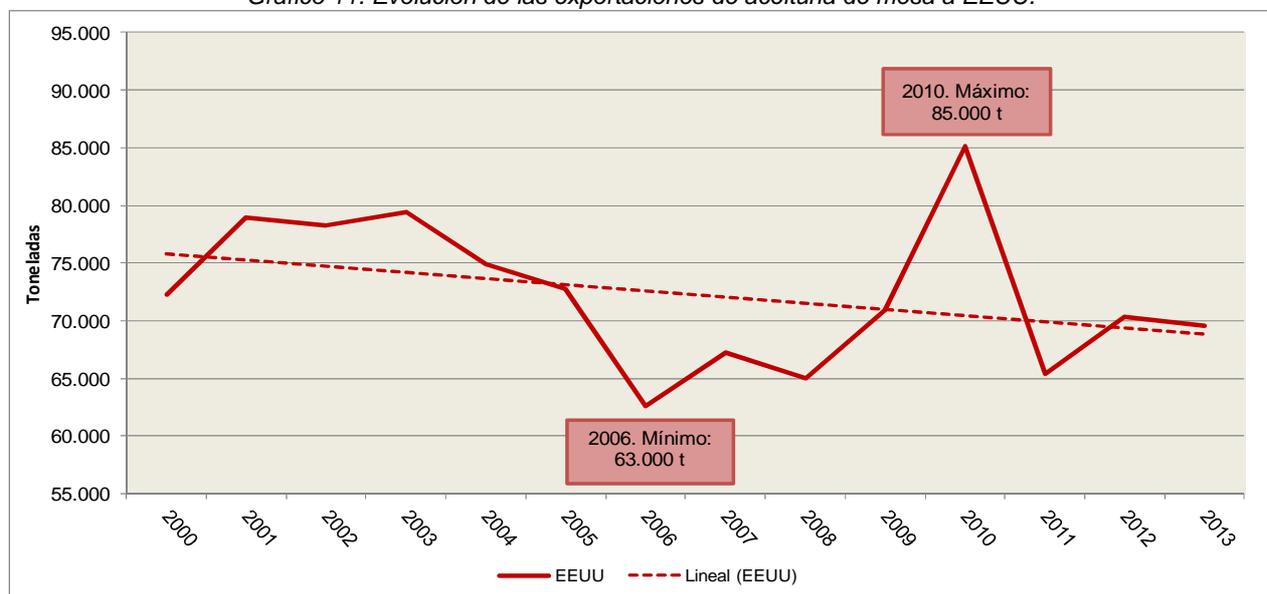


Fuente: EUROSTAT. Elaboración propia.

Las exportaciones EXTRA UE, que como se ha visto suponen un porcentaje más importante para España, gran parte de los países presentan tendencias positivas más o menos marcadas.

No obstante, hay que destacar que EEUU, que es nuestro principal mercado, presenta una cierta tendencia decreciente y con gran variabilidad en los últimos años, que han podido alcanzar entre el 10 – 20 % de variación respecto a la media de los seis últimos años (71.000 t)

Gráfico 11. Evolución de las exportaciones de aceituna de mesa a EEUU.



Fuente: EUROSTAT. Elaboración propia.

Este aspecto cobra más importancia dado el peso específico de este mercado en el conjunto de las exportaciones españolas, por lo que variaciones que puedan producirse tienen consecuencias importantes para el sector de la aceituna de mesa en nuestro país.

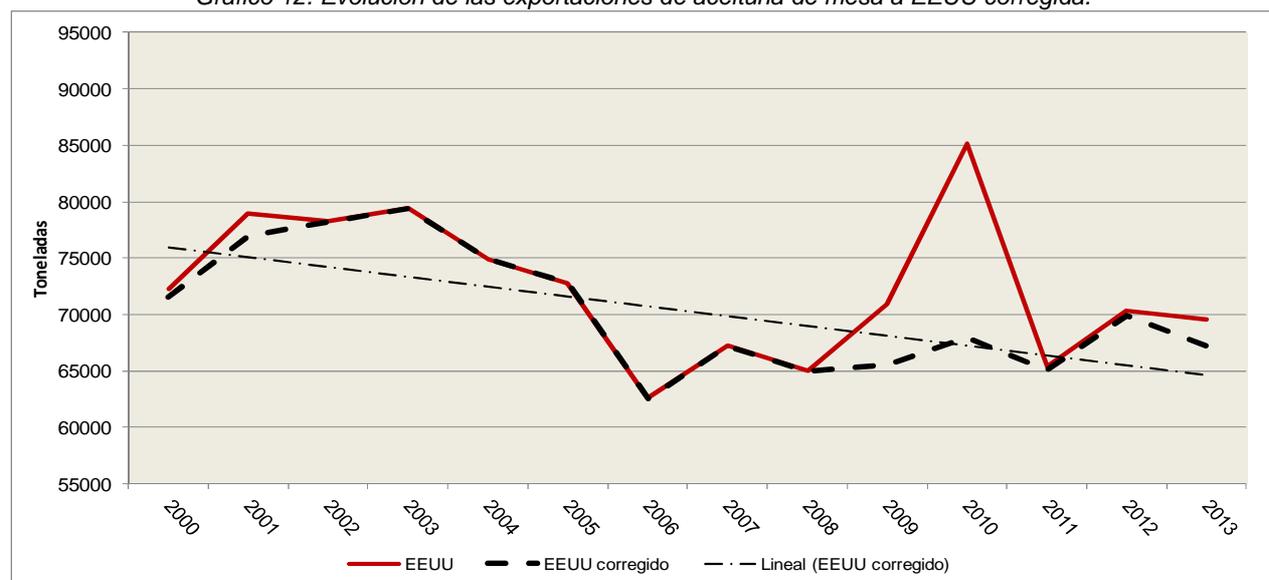
Estas variaciones tienen su causa en diversos aspectos: de un lado estrictamente coyunturales, como los debidos a la propia producción de aceituna de mesa de EEUU, ubicada en el estado de California, y por otro lado a la importancia creciente como suministrador de Argentina. Variaciones coyunturales de producción en ambos países influyen sobre nuestras exportaciones.

De hecho, estas situaciones afectan a las aceitunas preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético, que se corresponden con la partida arancelaria CN 20019065³. Aunque como se verá más adelante esta partida supone un porcentaje bajo en el total de nuestras exportaciones, apenas un 3% en el global, en el caso de EEUU introduce un factor de variabilidad muy importante.

Cuando la cosecha en EEUU o en Argentina baja, es precisamente cuando se incrementan las exportaciones de nuestro país a EEUU y en concreto de esta partida. De hecho, si se analiza la evolución anterior eliminando el efecto coyuntural de la partida arancelaria indicada, la gráfica resulta menos variable, aunque con una tendencia a la baja más marcada.

³ Véase epígrafe siguiente donde se analizan las exportaciones de nuestro país según la partida arancelaria que sea.

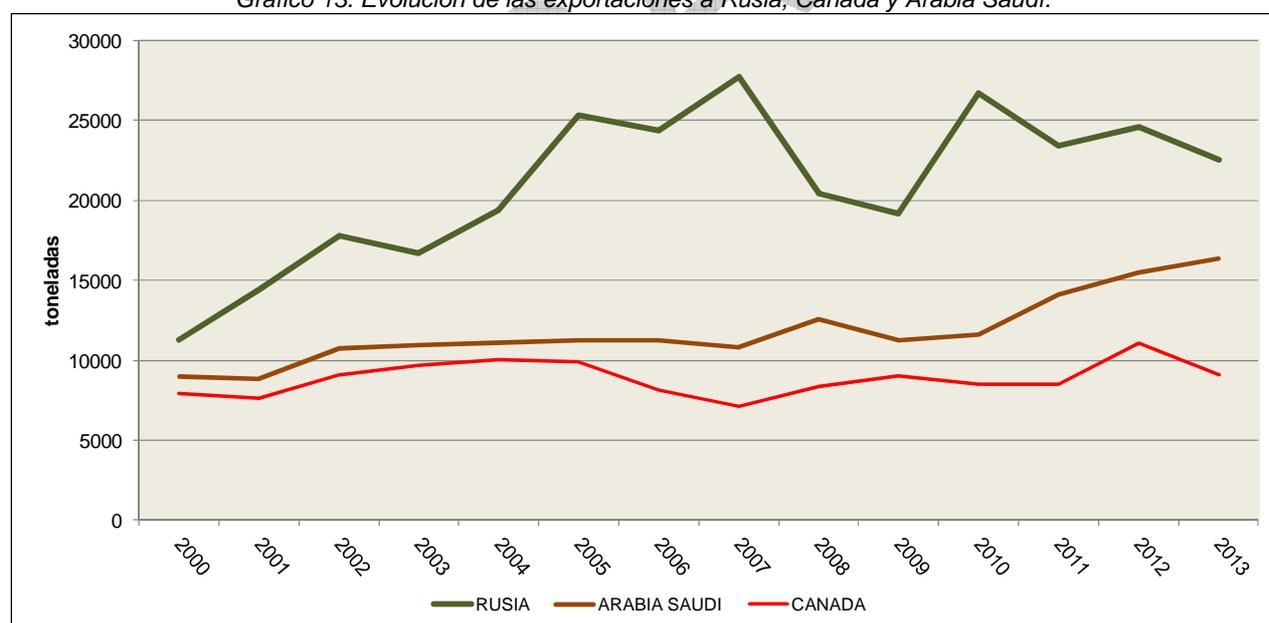
Gráfico 12. Evolución de las exportaciones de aceituna de mesa a EEUU corregida.



Fuente: EUROSTAT. Elaboración propia.

Otros mercados EXTRA UE importantes tanto por su cantidad como por su evolución para las producciones españolas en los últimos años son Rusia, Arabia Saudí y Canadá, creciendo los dos primeros de una manera más significativa, mientras Canadá es un mercado más maduro y estable.

Gráfico 13. Evolución de las exportaciones a Rusia, Canadá y Arabia Saudí.

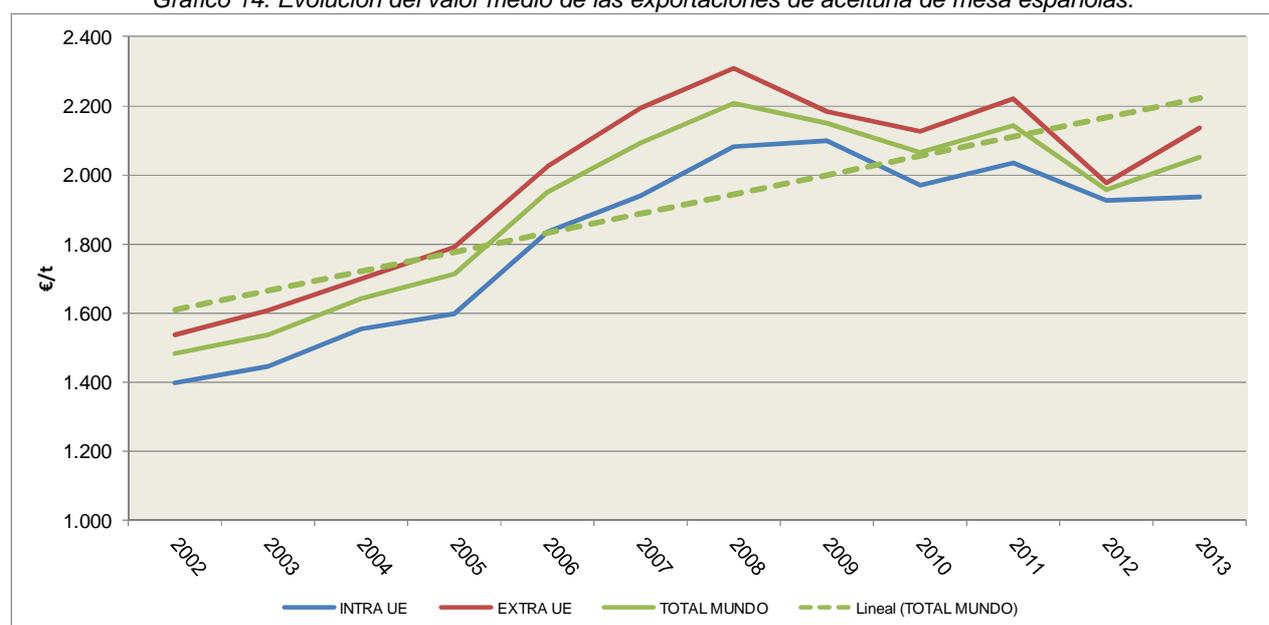


4.5.3.- Análisis del valor unitario de las exportaciones

El valor unitario de las exportaciones españolas en los últimos años ha experimentado un incremento importante, de más de un 30%, según datos de EUROSTAT.

Siendo este incremento un 7% superior en los Terceros Países que en la UE para los años 2008 – 2013.

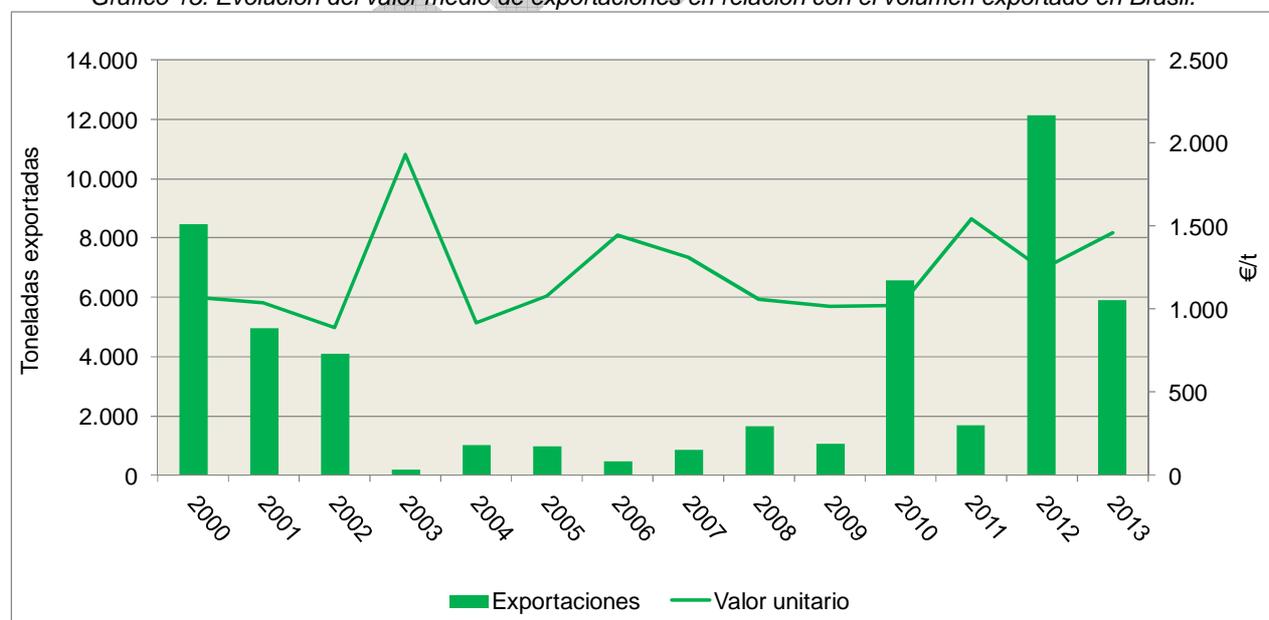
Gráfico 14. Evolución del valor medio de las exportaciones de aceituna de mesa españolas.



Fuente: EUROSTAT. Elaboración propia.

El parámetro del valor unitario de las exportaciones presenta una gran variabilidad entre países. Aunque en general los valores unitarios suelen ser bastantes estables dentro de un mismo mercado, hay excepciones, como el mercado brasileño, donde hay una evidente relación inversa entre el valor unitario y el volumen de las exportaciones)

Gráfico 15. Evolución del valor medio de exportaciones en relación con el volumen exportado en Brasil.

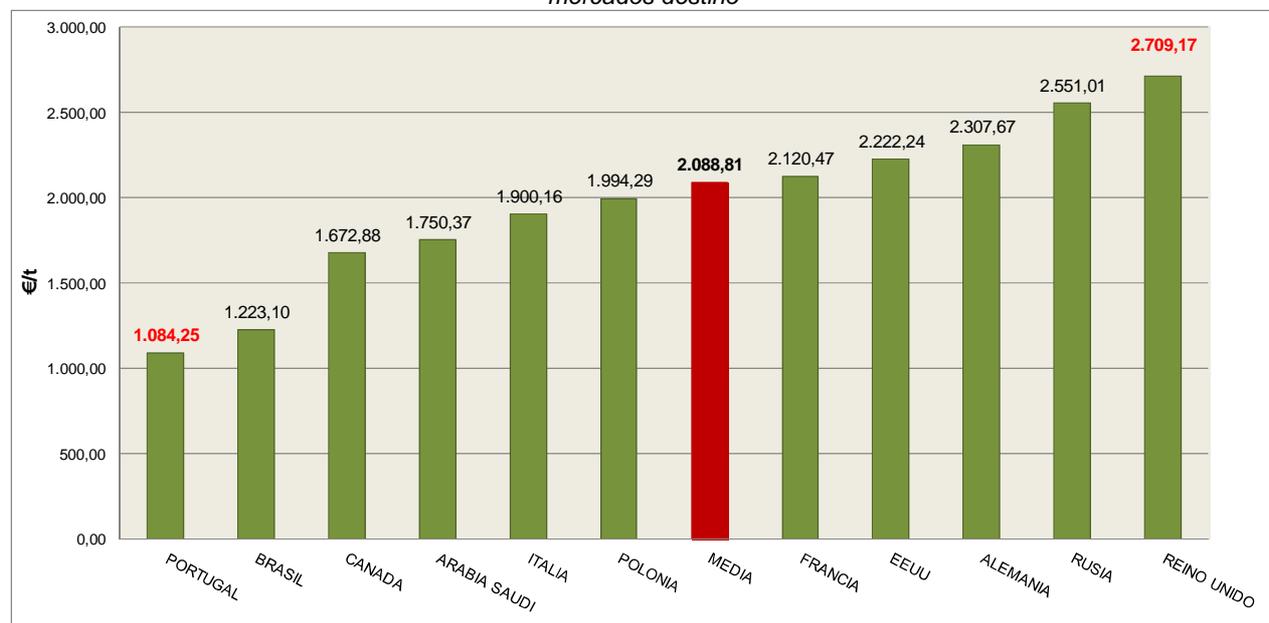


Fuente: EUROSTAT. Elaboración propia.

El valor unitario de las exportaciones dirigidas a fuera de la UE es superior al de las exportaciones INTRA UE, esto en lo que respecta a cifras agregadas, pero ciertamente

no existe una tendencia en los países por su pertenencia a la UE o no, sino que depende más bien de la evolución histórica de los valores unitarios en cada uno de ellos.

Gráfico 16. Valores medios (2008-2013) de las exportaciones de aceituna de mesa españolas en los diferentes mercados destino



Fuente: EUROSTAT. Elaboración propia.

4.5.4.- Análisis de las exportaciones de aceituna de mesa por tipos de productos según partidas arancelarias

Las aceitunas de mesa se pueden exportar acogándose a diferentes partidas arancelarias en función de la conservación o preparación que tienen:

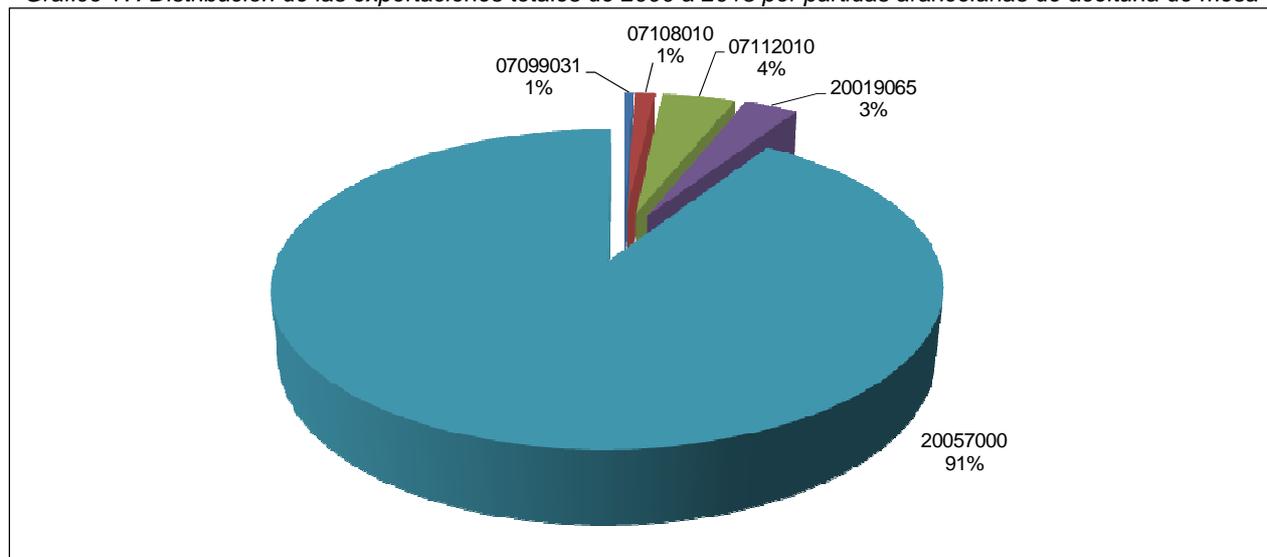
Cuadro 1. Código para la exportación donde se incluyen las aceitunas de mesa.

Código	Descripción
7099212*	Aceitunas frescas o refrigeradas que no se destinen a la producción de aceite
7108010	Aceitunas sin cocer o cocinas con agua o vapor, congeladas
7112010	Aceitunas conservadas provisionalmente (por ejemplo con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o adicionada a otras sustancias para dicha conservación) pero todavía impropias para su consumo inmediato
20019065	Aceitunas, preparadas o conservadas en vinagre o en ácido acético.
20057000	Aceitunas, preparadas o conservadas excepto en vinagre o en ácido acético, sin congelar.

Fuente: TARIC. (*) Hasta 2012 07099031

La partida arancelaria que más contribuye a las exportaciones españolas, según media de las últimas seis campañas, es la 20057000, en un 91% (94% en valor).

Gráfico 17. Distribución de las exportaciones totales de 2000 a 2013 por partidas arancelarias de aceituna de mesa



Fuente: EUROSTAT. Elaboración propia.

Esta partida arancelaria es la que más ha crecido en los últimos y la que mayor valor tiene, alcanzando para la media de las seis últimas campañas un 2.117,63 €/t, ligeramente superior al valor medio total.

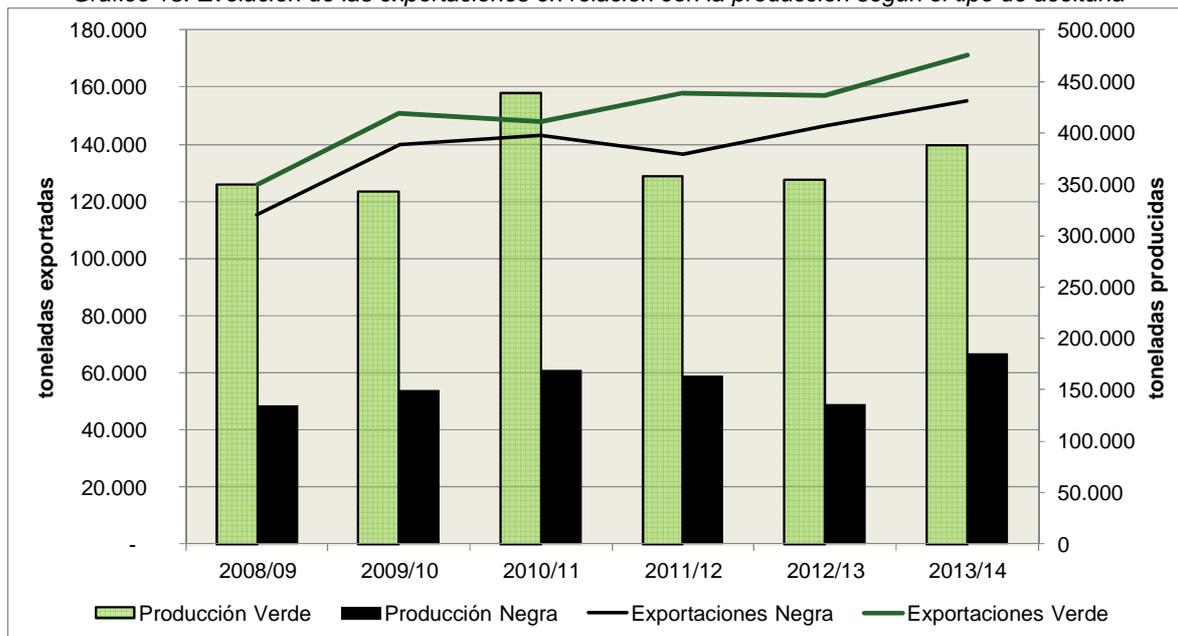
4.5.5.- Análisis de las exportaciones de aceituna de mesa verde frente a la negra

Las aceitunas verdes representan un 52% del total de las exportaciones españolas, frente al 48% de las negras, frente al consumo nacional en el que la aceituna verde representa el 70% y la negra el 30%.

Estos porcentajes se mantienen constantes a lo largo de las diferentes campañas. Aunque en determinados años donde disminuyen las exportaciones de un tipo repuntan las del otro, complementándose.

En este tipo de producto, tanto en la aceituna verde como en la tipo negra, no se observa una relación directa entre la producción y las exportaciones, es decir los años donde hay un incremento de cosecha no se produce un incremento de las exportaciones, como sí sucede en otros productos. Y esto es posible en la aceituna de mesa dado que es un producto transformado, que permite el almacenaje sin que varíen sus características y propiedades durante un largo tiempo, frente a lo que sucede en otro producto del olivar como es el aceite de oliva, o de una manera aún más evidente en productos frescos como las frutas y hortalizas.

Gráfico 18. Evolución de las exportaciones en relación con la producción según el tipo de aceituna



Fuente: AICA

Esto implica que las exportaciones que realiza nuestro país dependen más de factores exógenos, como, por ejemplo, el tipo de cambio €/€ o las producciones en otros países exportadores, donde una bajada de las mismas, permite oportunidades para nuestro producto en nuevos países, o incrementar nuestra presencia en aquellos en los que estamos y no somos los principales proveedores.

DESTACAMOS...

Nivel de existencias

Existencias que suponen 2/3 partes de la producción media y un 85% más que las necesidades teóricas. Dichas existencias son superiores en aceituna verde (72% de media en las últimas 4 campañas) que en negra,

Importaciones

Apenas suponen el 2% de los recursos totales de una campaña media y tienen un importante carácter coyuntural y localizado en determinadas variedades con un mercado concreto.

Consumo interior

Supone el 37% del total comercializado en España con cierta estabilidad, y que dada su complejidad requeriría de un análisis cualitativo específico.

DESTACAMOS...

Exportaciones

- España es un país con gran vocación exportadora en la aceituna de mesa, suponiendo las exportaciones el 63% de media de lo comercializado por nuestro país, y ha experimentado un fuerte crecimiento del 70% en volumen en los últimos 15 años.
- Nuestras exportaciones llegan a 160 países, estando especialmente orientadas a fuera de la UE, mercado en evidente expansión en los últimos años.
- Los principales mercados son EEUU (24%), Italia, Francia, Rusia y Alemania, que suponen en su conjunto más del 60% de nuestras exportaciones.
- El valor unitario se ha incrementado en los últimos 15 años un 30%, siendo muy variable entre los diferentes mercados, aunque en general suele ser superior en el mercado EXTRAUE que en la UE.

BORRÓN

5.- ANÁLISIS DEL COMERCIO MUNDIAL

En el capítulo anterior se ha visto la importancia de las exportaciones en la comercialización de nuestra producción. Un 63% de lo comercializado por España en las seis últimas campañas se destina al extranjero. Por ello, es fundamental realizar un análisis de la situación del comercio mundial de este producto, el cual genera un valor medio superior a los 1.700 millones de euros.

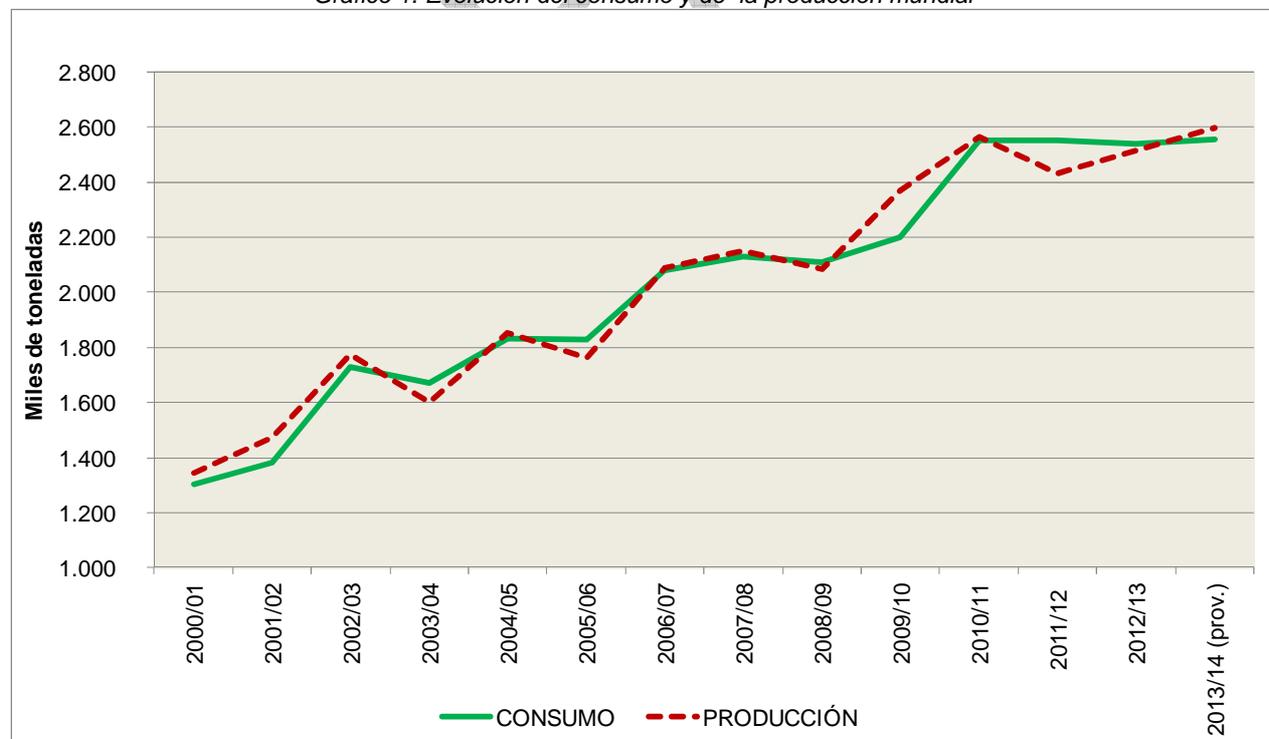
El principal exportador mundial es España, con cerca del 40% del total, al que sigue Grecia, que pese a ser el quinto productor mundial supone el 12,5% del total de las exportaciones mundiales. A continuación Egipto, que aunque es el segundo gran productor, tiene un importante consumo interno, por lo que sus disponibilidades teóricas para el comercio son menores, suponiendo cerca del 10% del volumen mundial exportado.

Otros países con una vocación exportadora muy importante, especialmente en determinados mercados del continente americano, son: Argentina, Chile o Perú, siendo el primero de ellos el que tiene más relevancia por la cantidad comercializada (más de 90.000 t de media de las últimas seis campañas), aunque los otros presentan actualmente un crecimiento mayor.

5.1.- CONSUMO MUNDIAL

El consumo mundial ha crecido al mismo ritmo que la producción, duplicándose casi en 15 años.

Gráfico 1. Evolución del consumo y de la producción mundial



Fuente: COI

Aunque cuando se hace un análisis pormenorizado por países, los ritmos de crecimiento han sido diferentes.

Los principales consumidores de aceituna de mesa del mundo son Egipto y Turquía, con más de 300.000 t/año cada uno, y con un crecimiento muy importante en los últimos años en ambos países.

Sigue USA con más de 200.000 t/año, pero con una estabilidad en el consumo ligeramente creciente.

Cuadro 1. Consumo mundial en países productores. Miles de toneladas.

CONSUMO	2000/01	2005/06	2010/11	2013/14 (prov.)	Incremento 2000-2014	Media seis ultimas campañas	Peso en consumo mundial
Egipto	57	170	300	300	426%	322	13,3%
Turquía	125	221	300	355	184%	309	12,8%
USA	185	220	240	211	14%	214	8,8%
España	164	214	150	165	1%	163	6,7%
Argelia	33	80	189	205	521%	161	6,6%
Italia	145	139	148	120	-17%	136	5,6%
Siria	110	102	122	100	-9%	111	4,6%
Francia	39	54	58	60	54%	59	2,4%
Irán		26	51	67	163%	47	2,0%
Peru	9	19	50	40	344%	43	1,8%
Marruecos	21	35	32	33	57%	32	1,3%
Argentina	13	15	35	36	184%	32	1,3%
Jordania	24	21	51	35	49%	31	1,3%
Chile	9	12	30	32	256%	29	1,2%
Grecia	25	28	16	15	-40%	18	0,7%
Portugal	13	9	10	6	-53%	8	0,3%
TOTAL MUNDO	1.303,5	1.829,0	2.552,0	2.554,0	96%	2.418,0	100%

Fuente: COI

En estos países que son productores, el incremento medio de los 15 años estudiados es del 85% aproximadamente, mientras que en el caso de los países no productores, el incremento en el consumo supera el 120%.

Cuadro 2. Consumo mundial en países no productores. Miles de toneladas.

CONSUMO	2000/01	2005/06	2010/11	2013/14 (prov.)	Incremento 2000-2014	Media seis ultimas campañas	Peso en consumo mundial
Brasil	45	56	87	114	153%	93	3,9%
Rusia	21	45	72	75	257%	74	3,1%
Alemania	35	40	63	61	73%	56	2,3%
Reino Unido	14	27	40	40	191%	36	1,5%
Arabia Saudi	15	20	32	41	173%	36	1,5%
Canada	21	25	28	29	41%	28	1,1%
Australia	14	19	23	22	54%	21	0,9%
Mexico	11	14	17	14	23%	15	0,6%
Palestina	9	6	11	8	-11%	7	0,3%
Suiza	4	5	6	6	71%	6	0,2%
Japón	2	3	4	4	100%	4	0,1%

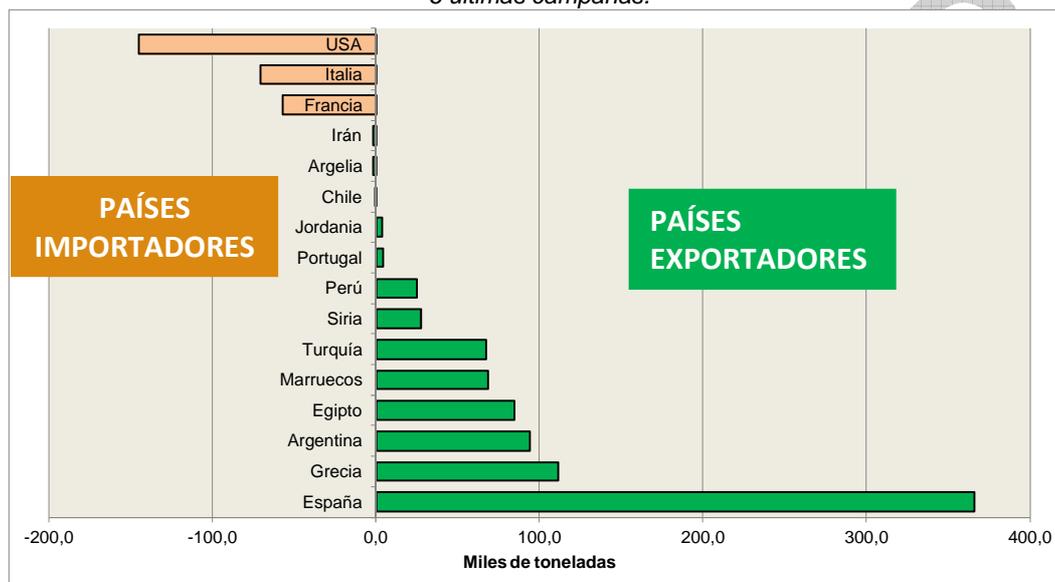
Fuente: COI

Entre estos últimos países, importadores netos de aceituna de mesa, destacan Brasil, Rusia y Arabia Saudi, con un crecimiento muy significativo, y Canadá y Australia por su tradición consumidora.

Además, dentro de la UE, destacan dos países que no producen, pero con un consumo de aceituna de mesa importante como Alemania y Reino Unido, este último con un mayor desarrollo en los últimos años.

A estos importadores hay que unir aquellos productores cuyos consumos superan sus producciones, de tal manera que si se analizan las disponibilidades teóricas para el consumo mundial, restando a la producción de cada país su consumo interno, se obtiene la siguiente distribución:

Gráfico 2. Distribución de países productores importadores vs exportadores según las disponibilidades teóricas de las 6 últimas campañas.



Fuente: elaboración propia a partir del COI

Por lo que analizando el consumo por los diferentes países de aceituna de mesa y su producción, se obtiene una lista de importadores, es decir los mercados destinos de nuestro producto, y una de exportadores, que identifica a nuestros principales competidores en estos mercados.

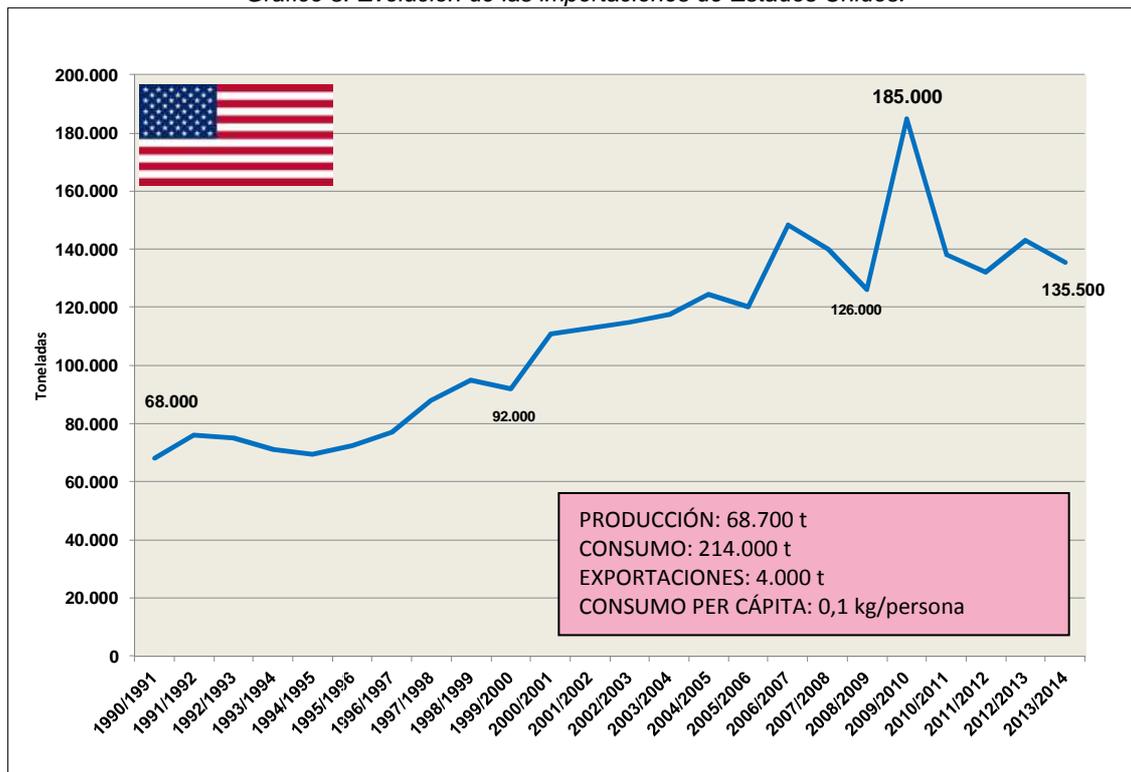
5.2.- PRINCIPALES MERCADOS DESTINO EXTRACOMUNITARIOS

5.2.1.- Estados Unidos

Es el tercer consumidor de aceituna de mesa del mundo y el principal importador. Para España es el mercado exterior más importante, ya que absorbe el 25% del total de nuestras exportaciones.

Sus importaciones, en general, desde los años 90, han sido crecientes de una manera constante y estable, aunque en los últimos años se observan ciertos “dientes de sierra” en la evolución, si bien continua con una tendencia positiva.

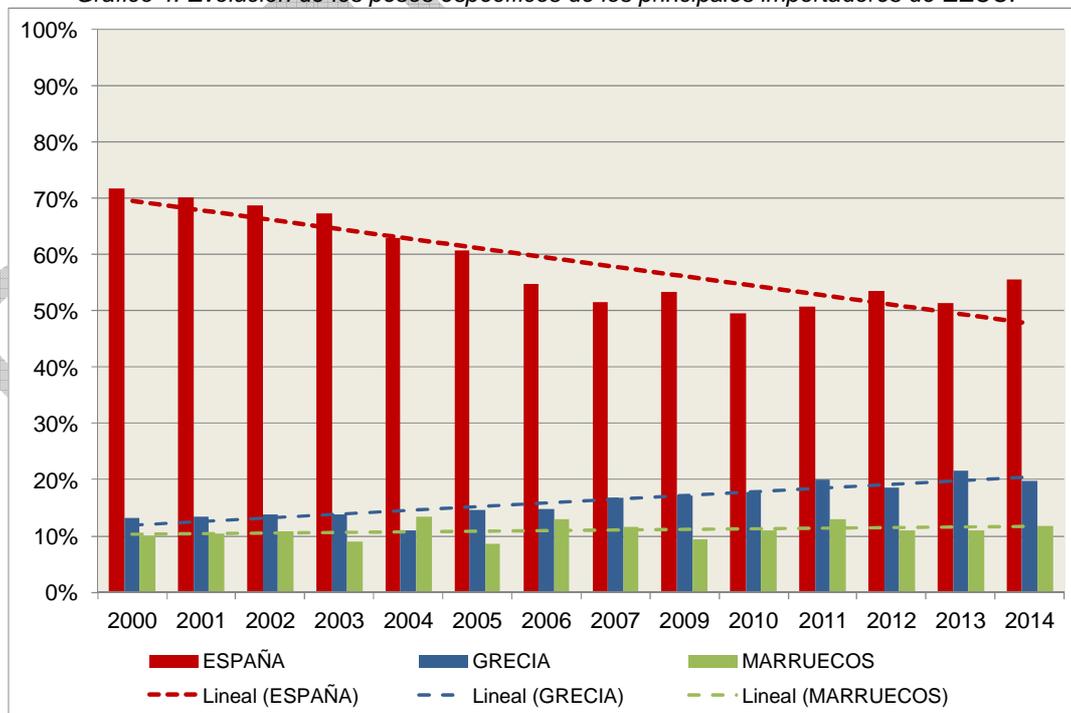
Gráfico 3. Evolución de las importaciones de Estados Unidos.



Fuente: COI

Estados Unidos se abastece mayoritariamente de aceituna española, aproximadamente un 50%, de griega en un 20% y marroquí en un 11%; pero dichos porcentajes han ido variando a lo largo de estos últimos 15 años.

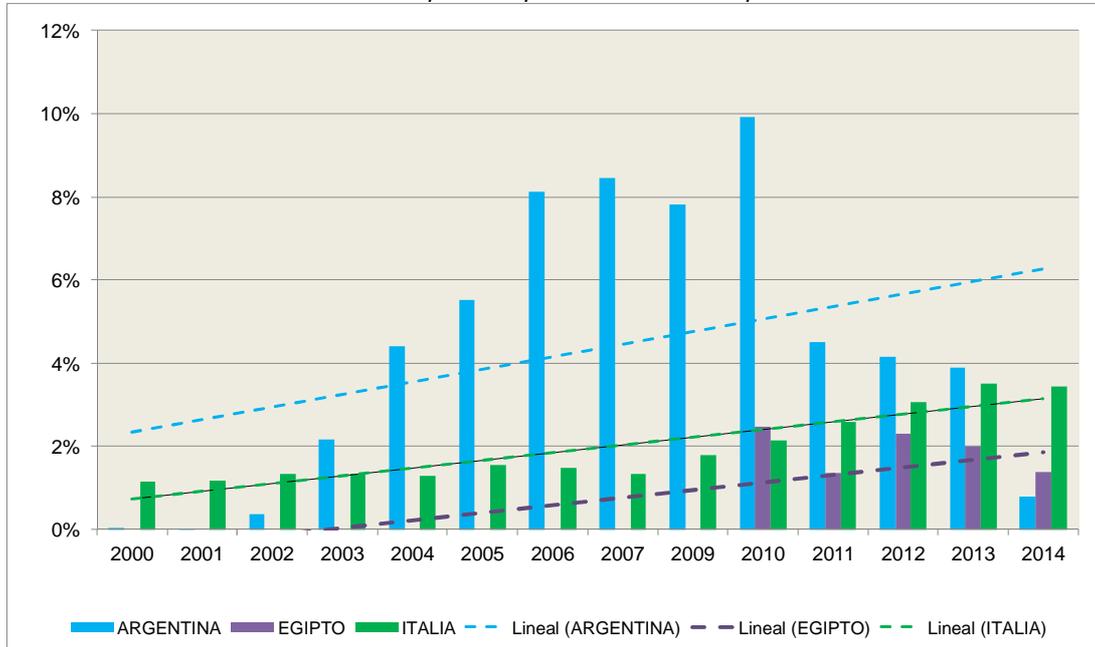
Gráfico 4. Evolución de los pesos específicos de los principales importadores de EEUU.



Fuente: UN COMTRADE

En este periodo se ha perdido un 20% de presencia en el mercado americano, que han aprovechado nuestros principales competidores; pero también otros, que teniendo una importancia menor, están creciendo de manera muy significativa.

Gráfico 5. Evolución de los pesos específicos de otros importadores de EEUU.



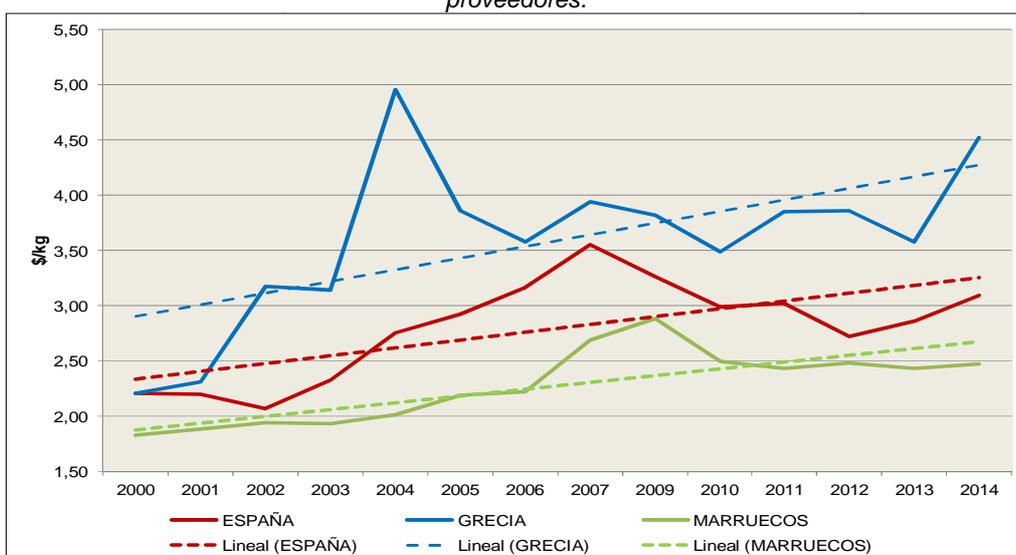
Fuente: UN COMTRADE

Especialmente significativo es el incremento de la presencia de aceituna argentina en EEUU, aunque en las últimas campañas se ha reducido considerablemente, por problemas de escasez de producción en dicho país, que ha favorecido nuestro repunte a partir de 2011.

El incremento en el caso italiano, puede ser importante en un futuro porque si bien, como se ha visto en el gráfico 2, Italia es un país importador en el contexto mundial, estas exportaciones que aquí se registran pudieran deberse a producto que Italia importa entamado y tras una transformación la exporta a EEUU, posicionando en el mercado un producto de mayor valor añadido y cubriendo un segmento que sería importante para los exportadores españoles. De hecho el valor unitario italiano medio de las exportaciones de los últimos seis años a EEUU es un 45% superior al de España y un 13% al de Grecia. No obstante, este análisis escapa del objeto de este estudio, si bien sería interesante profundizar en ello.

El valor unitario de nuestras exportaciones frente a los principales competidores, Grecia y Marruecos, presenta la misma tendencia creciente, aunque en términos generales y siendo conscientes de la diversidad de presentaciones y formatos de un producto manufacturado como es la aceituna de mesa, tiene una posición intermedia entre sus competidores más directos y es superior a la aceituna de Argentina o Egipto.

Gráfico 6. Evolución del valor unitario de las importaciones del mercado americano de los 3 principales países proveedores.



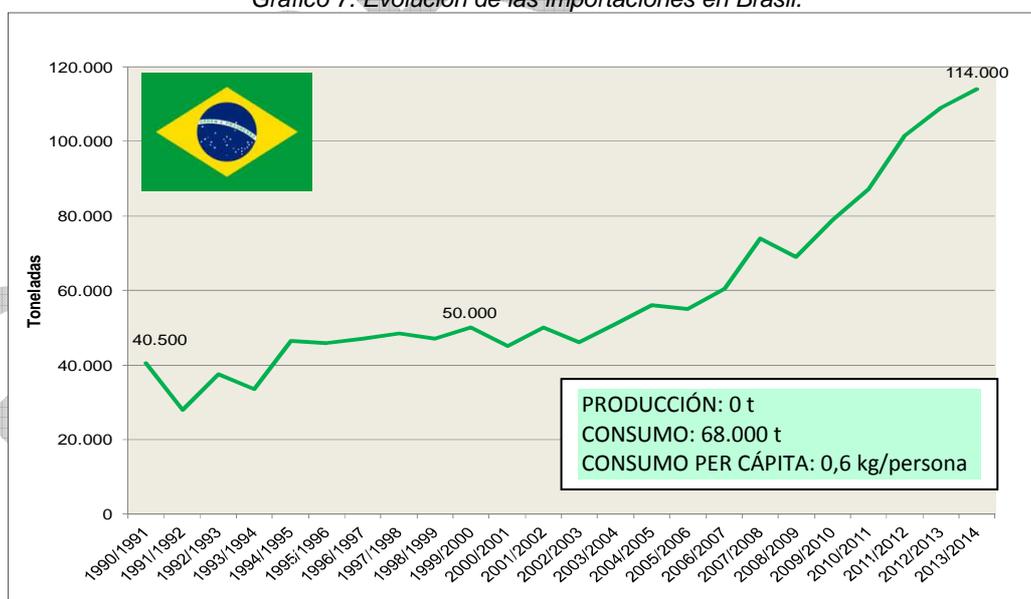
Fuente: UN COMTRADE⁴

5.2.2.- Brasil

Es un importador neto del continente americano, que no posee producción, pero con unos consumos que suponen aproximadamente el 4% mundial, alrededor de 100.000 t/año.

Este mercado ha tenido un fuerte crecimiento durante estos últimos años de una manera continuada que ha permitido casi triplicar las cifras de consumo en 15 años.

Gráfico 7. Evolución de las importaciones en Brasil.



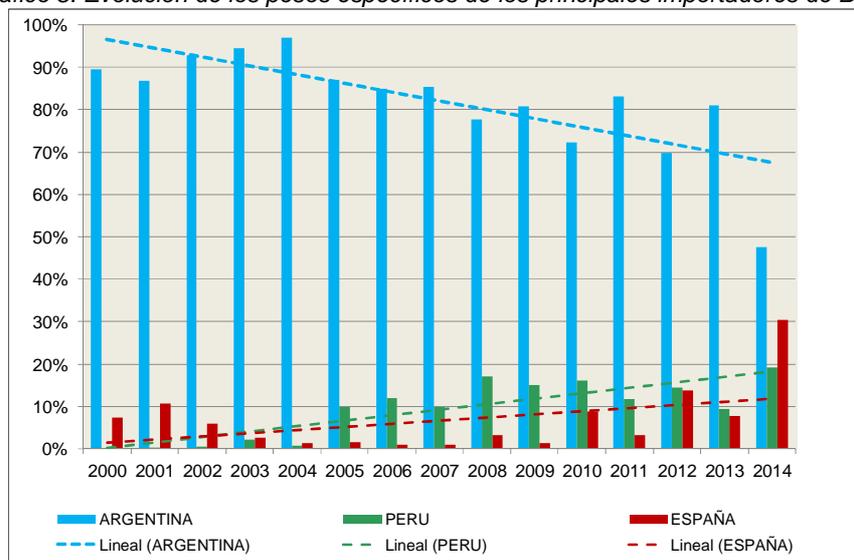
Fuente: COI

En Brasil el principal suministrador es Argentina, su país vecino, con más del 75% de la cuota del mercado a un precio muy competitivo, pero los últimos años este productor ha

⁴ No se incluye el año 2008 en la estadística porque los resultados que aparecen en la base de datos consultada asignan el mismo valor unitario para todas las importaciones independientemente de su origen, lo que no tiene sentido con el resto de la serie consultada, por lo que para evitar distorsiones no se considera.

sufrido unas malas producciones, que han favorecido el aumento de la presencia española en el mercado brasileño.

Gráfico 8. Evolución de los pesos específicos de los principales importadores de Brasil



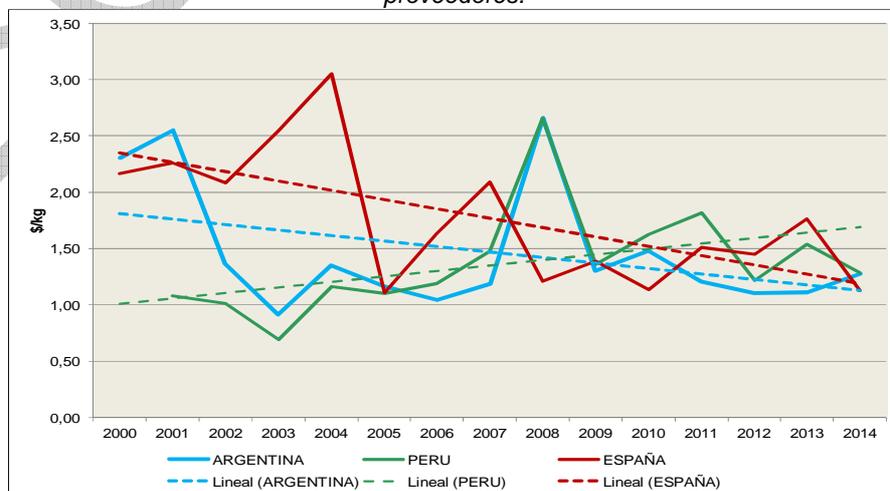
Fuente: UN COMTRADE

Destacable también el crecimiento de Perú, en los últimos cinco años, que se presenta como un exportador a tener muy en cuenta en los mercados del continente americano especialmente.

El mercado brasileño tiene un valor unitario de las exportaciones inferior a otros. Las exportaciones españolas a Brasil, según EUROSTAT, presentan el valor unitario más bajo después de las que se destinan a Portugal, teniendo en cuenta que la proximidad con nuestro país es muy diferente.

Y además el valor unitario en el mercado brasileño está decreciendo tanto para España como para Argentina, mientras mejora en el caso de Perú que partía de una posición más baja, hasta alcanzar un precio bastante uniforme independientemente del origen de las importaciones alrededor de 1,25 \$/kg de aceituna.

Gráfico 9. Evolución del valor unitario de las importaciones del mercado brasileño de los 3 principales países proveedores.



Fuente: UN COMTRADE

5.2.3.- Rusia

En el caso del mercado ruso, al estudiar las fuentes estadísticas habituales se observa una gran disparidad e inconsistencia de los datos, pero sí que todas coinciden en las tendencias de dicho mercado.

En Rusia el consumo de aceituna de mesa despegó a finales de los años 90, con una fuerte dependencia del mercado europeo, en concreto de España, que tiene una cuota entre el 85 – 95%. Dicha expansión del consumo, y por ende de las importaciones, alcanza su máximo en 2007. A partir de ahí y por causas relacionadas con la crisis económica empiezan a disminuir, estabilizándose en los últimos años con ligera tendencia a la baja.

Para avalar dicha información, y como ya se ha indicado, dado los problemas existentes con las cifras de importaciones de Rusia, se ha optado en este informe, por remitirnos a los datos de exportaciones de aceituna de mesa que realiza la UE, cuya cuota es superior al 95% del mercado ruso y por tanto suficientemente representativa para ver las tendencias del mismo.

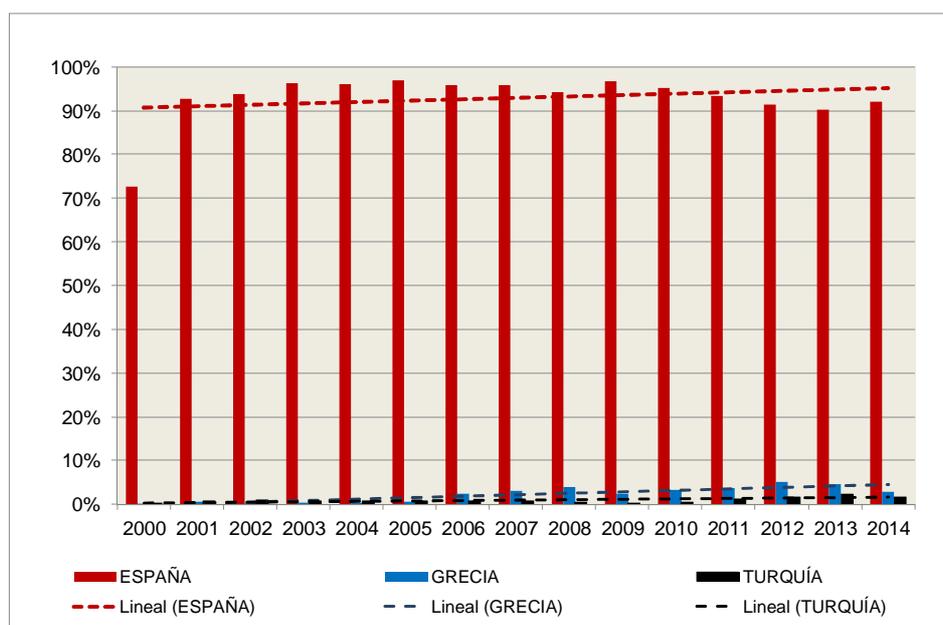
Gráfico 10. Evolución de las exportaciones de la UE a Rusia.



Fuente: EUROSTAT

Como se ha indicado, España domina el mercado ruso de la aceituna española de una manera muy estable.

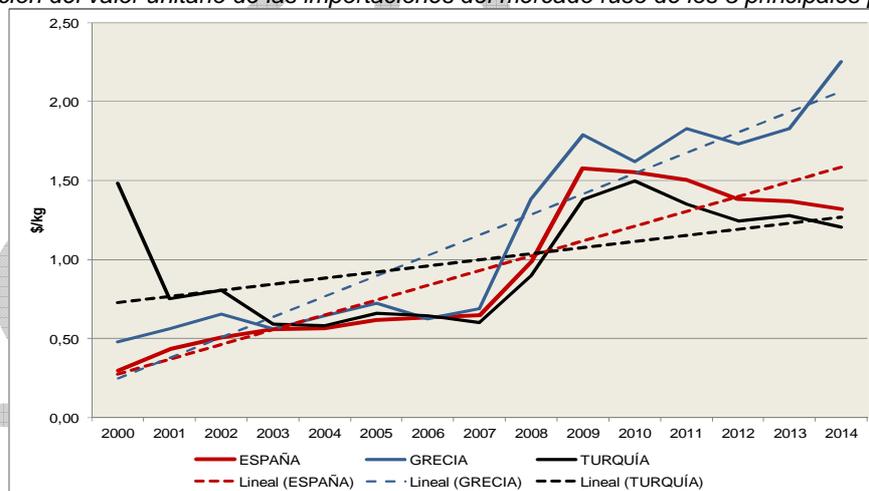
Gráfico 11 Evolución de los pesos específicos de los principales importadores de Rusia.



Fuente: UN COMTRADE

La reducción de importaciones no ha ido acompañada de una reducción del valor unitario de las mismas, poniendo en evidencia que se ha hecho una selección y se sigue enviando el producto de mayor calidad, de ahí que el valor unitario tienda al alza sea cual fuere el origen de las aceitunas.

Gráfico 12. Evolución del valor unitario de las importaciones del mercado ruso de los 3 principales países proveedores



Fuente: UN COMTRADE

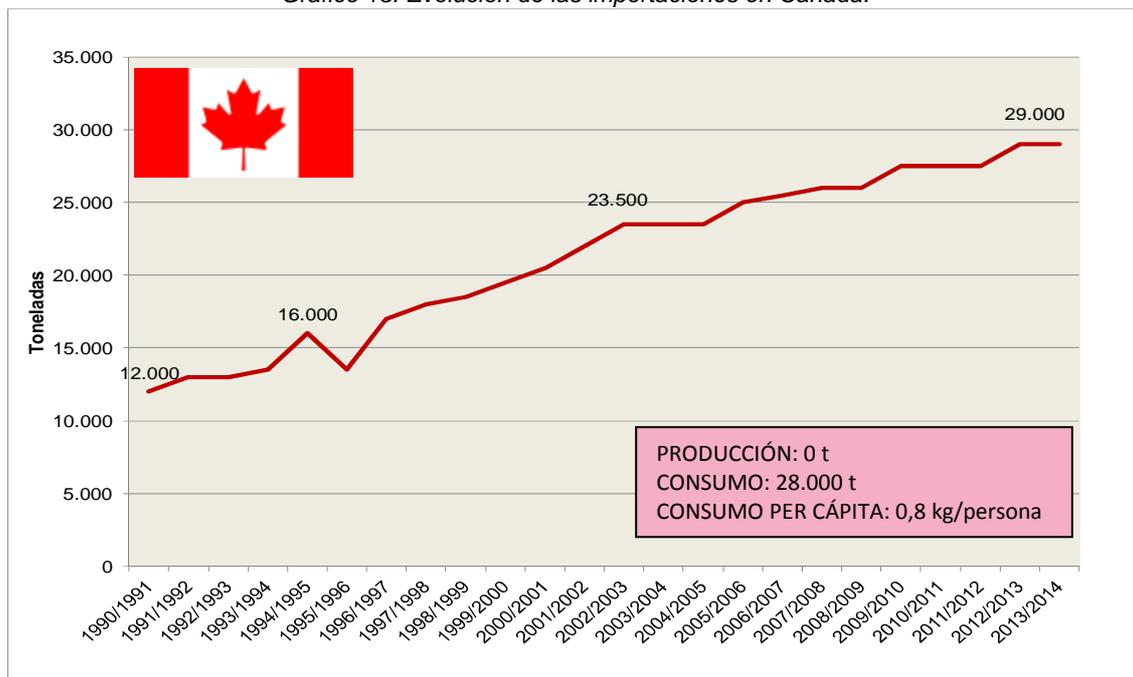
Por tanto, en el mercado ruso España sigue manteniendo su posición y en una coyuntura de crisis económica con disminución de las importaciones como se ha vivido estos últimos años, el producto español de mayor valor mantiene su mercado.

5.2.4.- Canadá

Es muy semejante a Estados Unidos, tanto en los usos de la aceituna de mesa como en los principales proveedores: España, Grecia y Marruecos, aunque tiene menor tamaño y

además está más diversificado. Pero en el que las exportaciones en los últimos 25 años se han incrementado más del 100%.

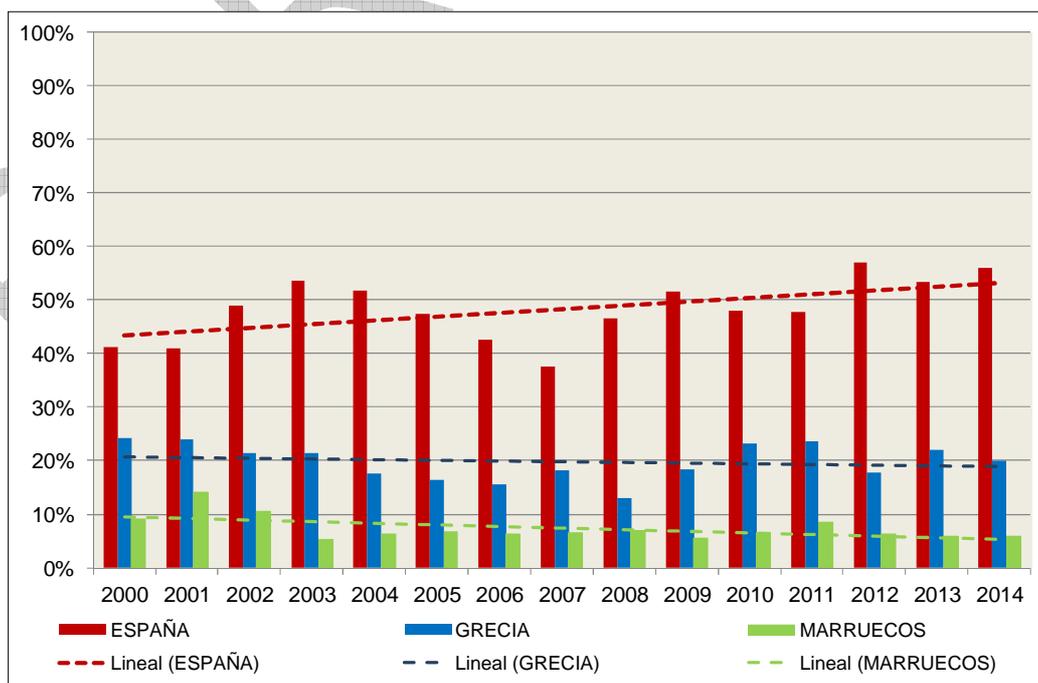
Gráfico 13. Evolución de las importaciones en Canadá.



Fuente: COI

Sin embargo, las tendencias son diferentes a las del estadounidense. Sigue destacando España de una manera evidente, y con una ligera tendencia al alza, frente al retroceso ligero de Grecia, y más marcado de Marruecos, que pierde cuota frente a países como Egipto, que si bien aún no es representativo sí tiene una tendencia al alza.

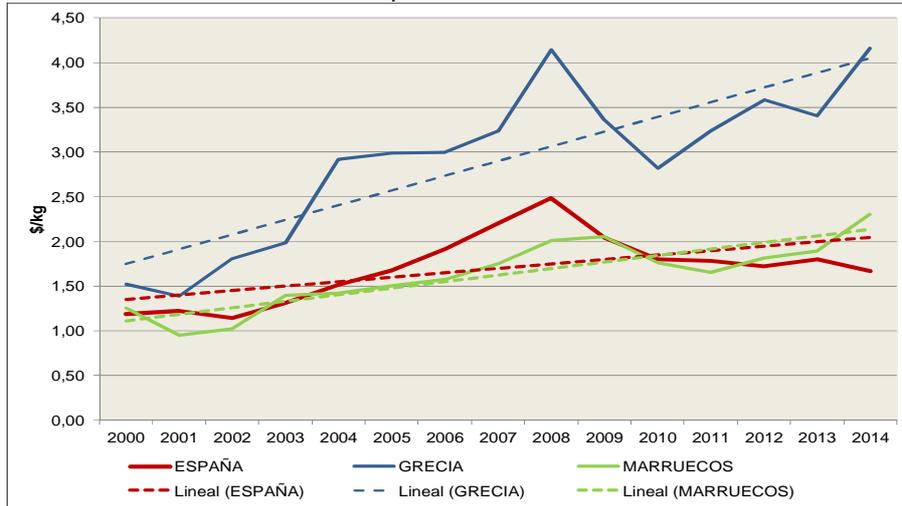
Gráfico 14. Evolución de los pesos específicos de los principales importadores de Canadá.



Fuente: UN COMTRADE

Cuando se analiza el valor unitario, se observa que dicho crecimiento de peso en el mercado canadiense, se está logrando a costa de disminuir el valor unitario de nuestras exportaciones, dado que de los tres principales proveedores- España es la que menos crece.

Gráfico 15. Evolución del valor unitario de las importaciones del mercado canadiense de los 3 principales países proveedores



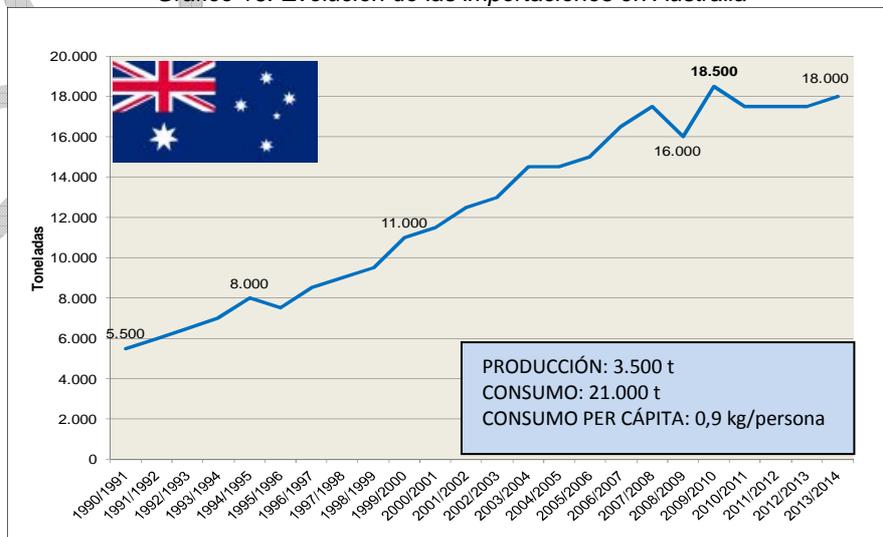
Fuente: UN COMTRADE

El valor unitario de nuestras exportaciones tiene niveles semejantes a la aceituna marroquí, encontrándonos muy lejos del valor de la aceituna griega, pese a que a principios de los años 2000 el precio de los tres era muy semejante. La diferenciación de la aceituna griega ha sido muy importante.

5.2.5.- Australia

Las importaciones de aceituna de mesa han crecido de una manera importante en los últimos 20 años, aunque en cantidades menores a los anteriores.

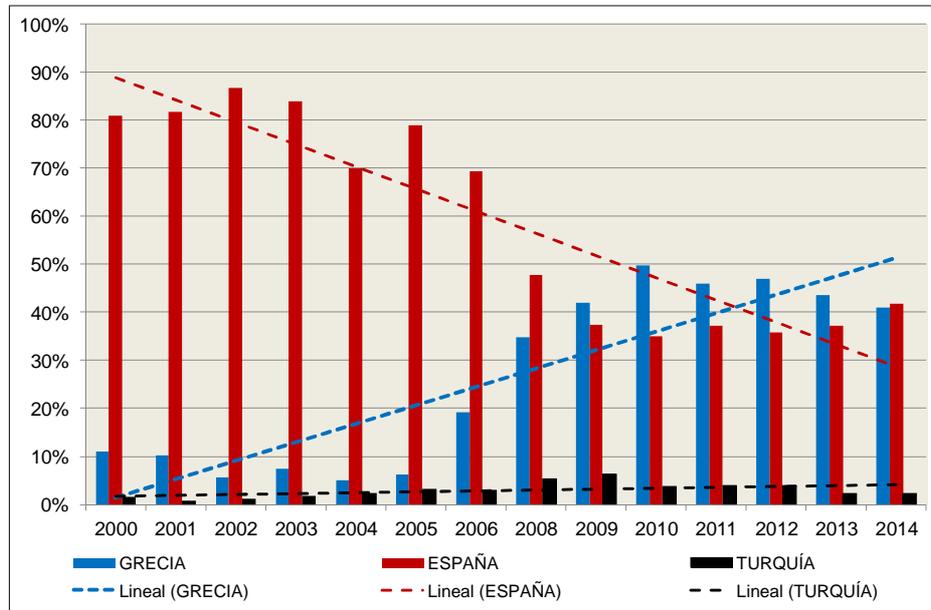
Gráfico 16. Evolución de las importaciones en Australia



Fuente: COI

En este país la aceituna de mesa tenía una estructura de consumo similar a la del mercado americano, como se ha indicado también para Canadá, dominado inicialmente de una manera muy evidente por la aceituna española, hasta que comenzó el ascenso de la aceituna griega (a partir de 2007), repartiéndose actualmente el mercado australiano de una manera equitativa entre ambos orígenes.

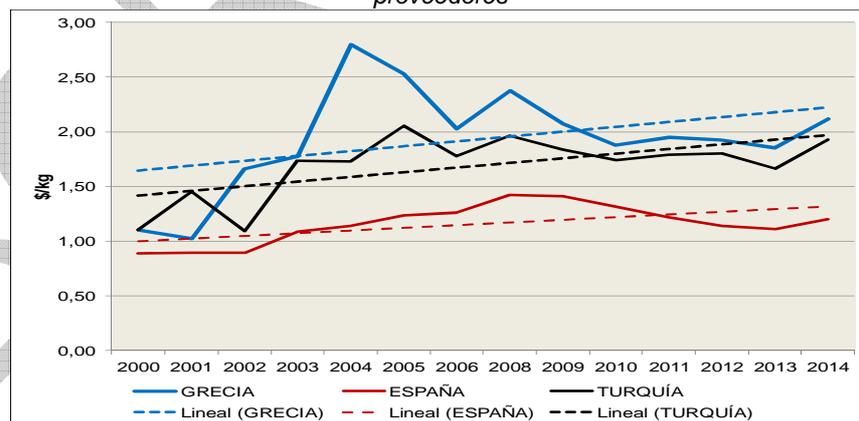
Gráfico 17. Evolución de los pesos específicos de los principales importadores de Australia.



Fuente: UN COMTRADE

Además, la aceituna griega ha sufrido una revalorización frente a la española, que registra el menor valor de los principales exportadores.

Gráfico 18. Evolución del valor unitario de las importaciones del mercado australiano de los 3 principales países proveedores



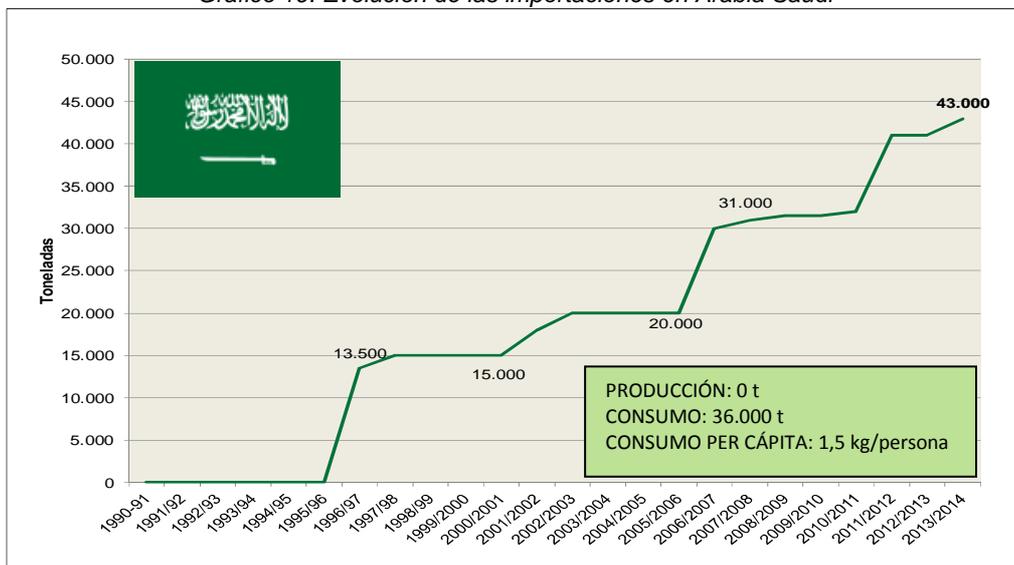
Fuente: UN COMTRADE

5.2.6.- Arabia Saudí

En los países árabes hay mucha tradición de consumo de aceitunas de mesa, como sucede en Irán, Egipto o Jordania. Ello supone un volumen de importaciones importante porque a diferencia de los otros indicados no tiene producción, por lo que depende del

exterior para abastecer su consumo. Esto ha hecho que las importaciones, en base a los datos disponibles, se han multiplicado por 3 en apenas 20 años.

Gráfico 19. Evolución de las importaciones en Arabia Saudi

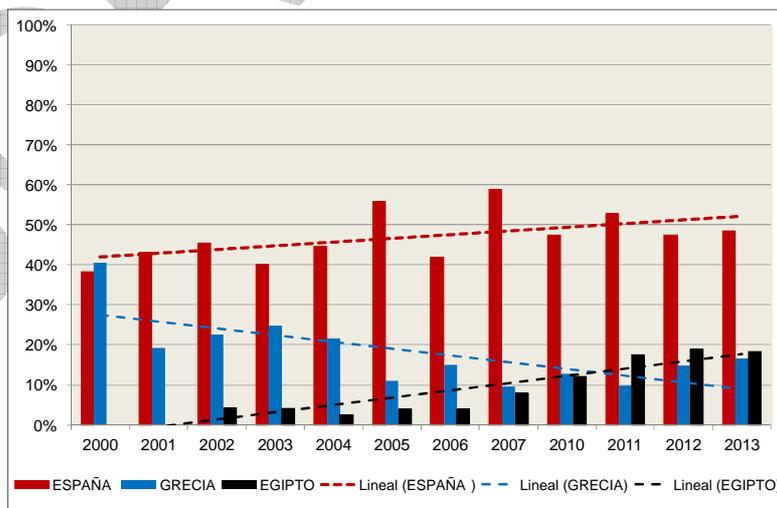


Fuente: COI

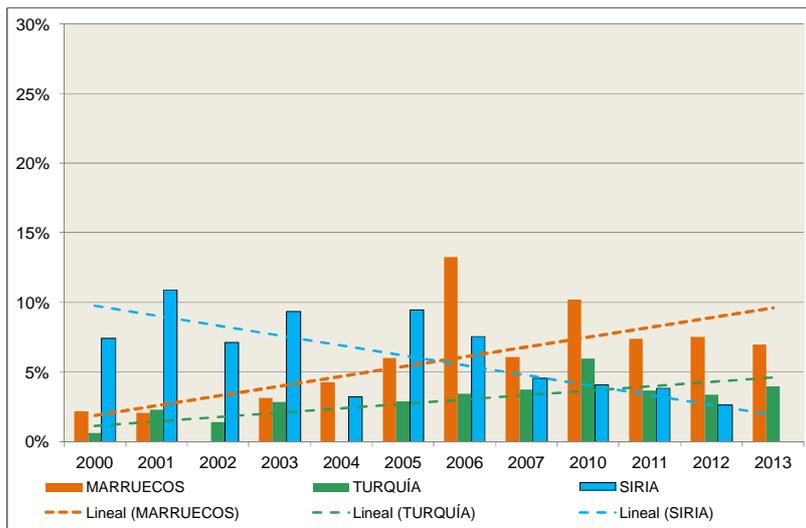
De los mercados analizados hasta ahora, es el país donde más aceituna de mesa se consume por persona, en expansión, en el que España mantiene posición predominante, frente a la caída de la aceituna griega y el ascenso de aceitunas egipcias, marroquíes o turcas.

Este mercado también se abastecía de manera significativa de producciones sirias, pero dado el conflicto bélico que se vive en la región, las importaciones de este origen han caído de manera muy importante.

Gráfico 20. Evolución de los pesos específicos de los principales importadores de Arabia Saudi.⁵



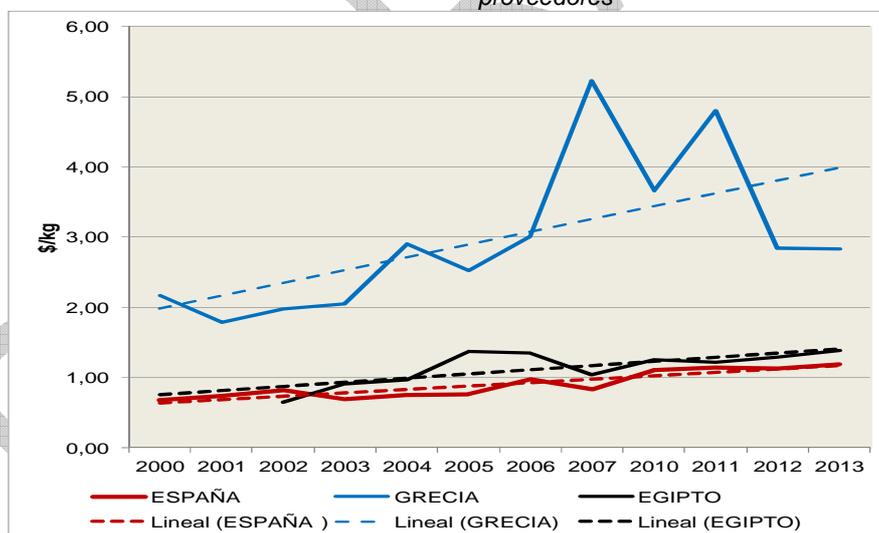
⁵ En el análisis de Arabia Saudi hay que tener en cuenta que si bien los datos consultados no están completos (por ejemplo no hay datos de 2008, 2009 ni 2014), sí que se ven las tendencias y el posicionamiento de los diferentes importadores en lo que a valor unitario y cuota de mercado se refiere, y son los únicos datos que permiten el análisis de aquellos mercados que no son comunitarios.



Fuente: UN COMTRADE

En este caso las importaciones desde España, Egipto, Marruecos y Turquía han aumentado en los últimos años, mientras que las griegas han disminuido aunque su valor unitario ha mantenido un esquema semejante al del resto de los mercados analizados con una tendencia al alza, por lo que la evolución del valor unitario de la aceituna griega, es independiente del mercado destino. Parecería indicar que si no interesa dicho precio disminuye la cantidad y por tanto su peso específico como importador, pero no deprecia su producto en aras de captar mercado.

Gráfico 22 Evolución del valor unitario de las importaciones del mercado saudí de los 3 principales países proveedores



Fuente: UN COMTRADE

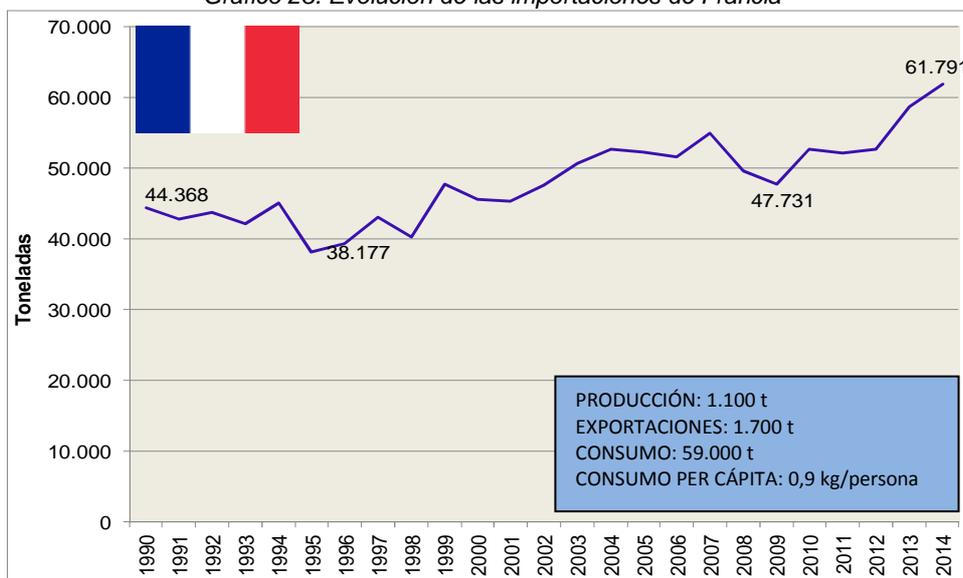
El valor unitario en el mercado saudí es más bajo que en otros estudiados, situándose a niveles semejantes al brasileño, con la clara diferenciación de la aceituna griega como hemos indicado.

5.3.- PRINCIPALES MERCADOS DESTINO COMUNITARIOS

5.3.1.- Francia

Se trata de un mercado con gran tradición consumidora. Es un país donde, si bien existe producción de aceituna de mesa, ésta es muy baja y no permite satisfacer las sus necesidades, por lo que las importaciones de Francia son muy importantes.

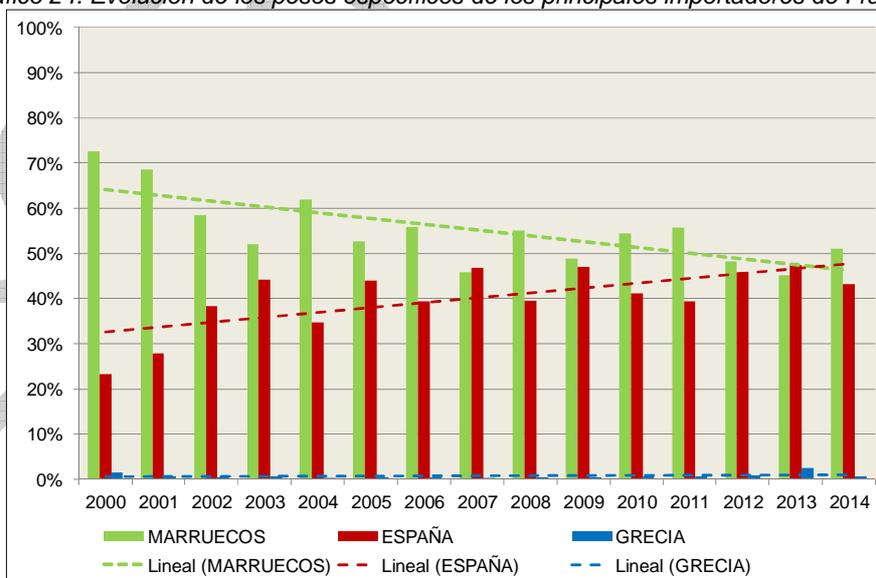
Gráfico 23. Evolución de las importaciones de Francia



Fuente: EUROSTAT

El abastecedor tradicional del mercado francés es Marruecos, al que España ha ido recortando la diferencia aumentando así nuestra presencia en los últimos años.

Gráfico 24. Evolución de los pesos específicos de los principales importadores de Francia.

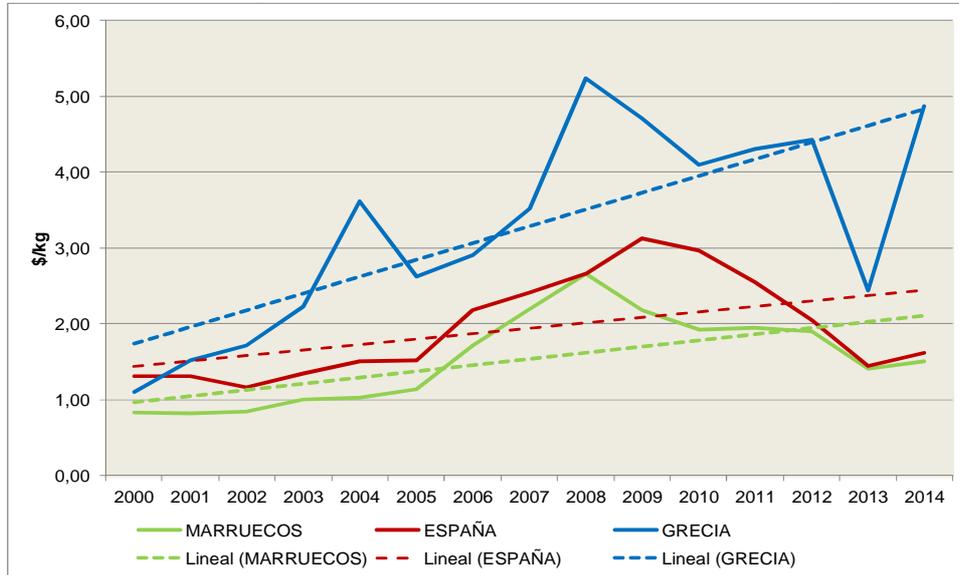


Fuente: UN COMTRADE

Otro aspecto destacable en las importaciones francesas de aceituna es la escasa importancia de la aceituna griega, frente a lo que sucedía en el resto de los mercados estudiados.

Por lo que el mercado francés se reparte casi a partes iguales entre España y Marruecos.

Gráfico 25. Evolución del valor unitario de las importaciones del mercado francés de los 3 principales países proveedores



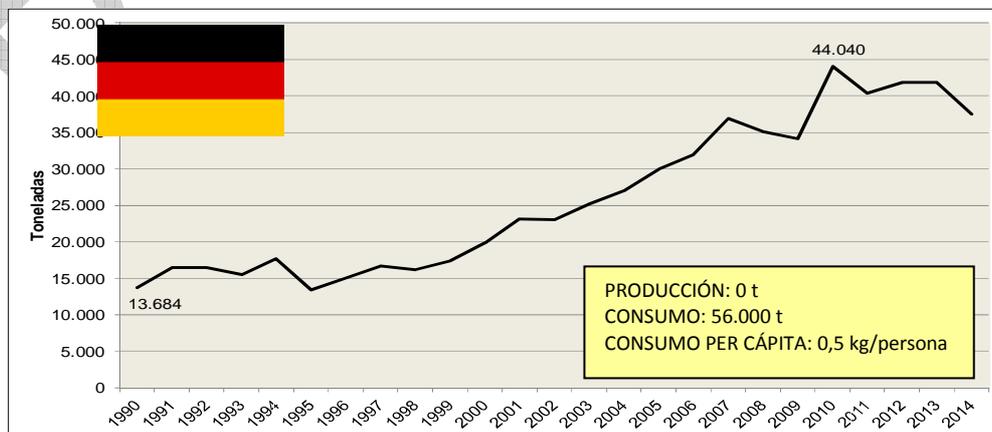
Fuente: UN COMTRADE

En cuanto a los valores unitarios se observa como la aceituna griega sigue un patrón muy semejante al que sigue en el resto de los mercados, aunque sin ser relevante en éste. Mientras la española tiene una evolución semejante a la marroquí aunque con un valor superior, si bien en los últimos años se observa un fenómeno que podría ser preocupante, que ambos tipos de aceituna tienden al mismo precio, y eso a la larga puede perjudicar a la aceituna española, que se verá arrastrada a un valor unitario menor cada vez.

5.3.2.- Alemania

El mercado alemán que ha multiplicado por 3 las importaciones de aceituna de mesa en los últimos 25 años, aunque ciertamente desde 2010 la tendencia de crecimiento ha cambiado y en cuatro años ha disminuido un 16%.

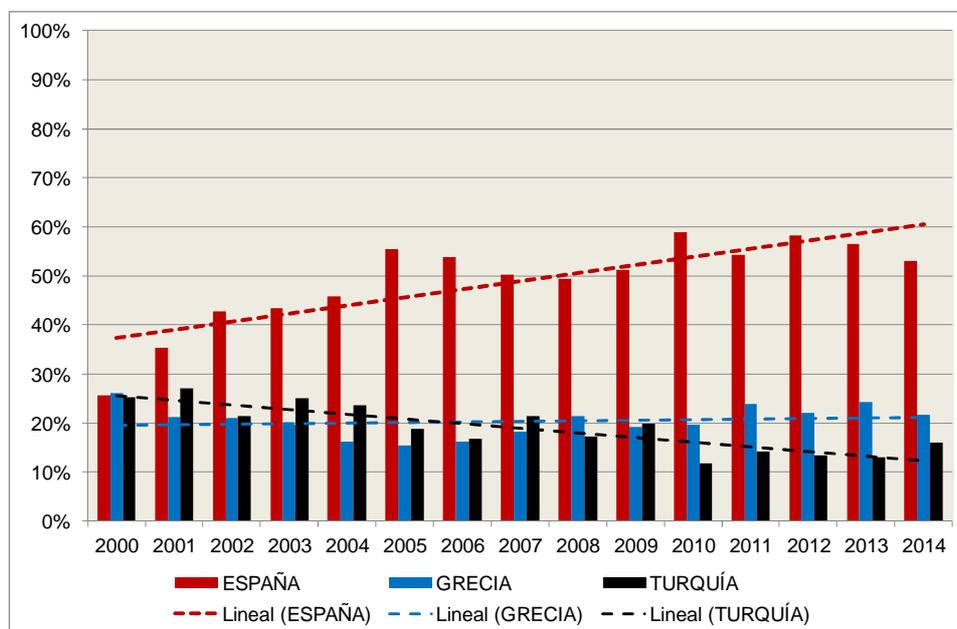
Gráfico 26. Evolución de las importaciones de Alemania



Fuente: EUROSTAT.

En Alemania la aceituna española ha ganado cuota de mercado en los últimos 15 años, partiendo de un mercado muy diversificado entre España, Grecia y Turquía, nuestro país ha experimentado un crecimiento importante en dicho país.

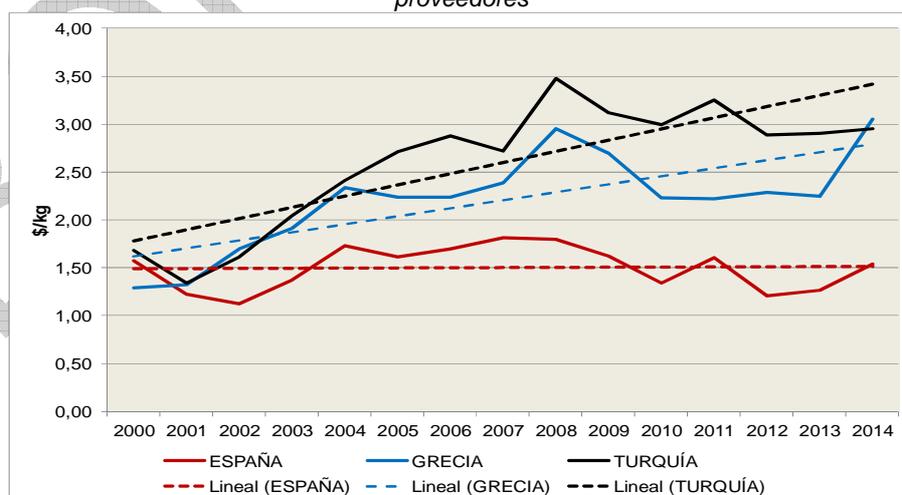
Gráfico 27. Evolución de los pesos específicos de los principales importadores de Alemania MH: quitar decimales en los ejes



Fuente: UN COMTRADE

En el caso de la aceituna española en el mercado alemán, ésta tiene un valor bajo respecto a sus principales competidores, y además, mientras que ellos han experimentado una revalorización, que ciertamente les ha conllevado pérdida de mercado, España ha mantenido un valor unitario bastante constante.

Gráfico 28. Evolución del valor unitario de las importaciones del mercado alemán de los 3 principales países proveedores



Fuente: UN COMTRADE

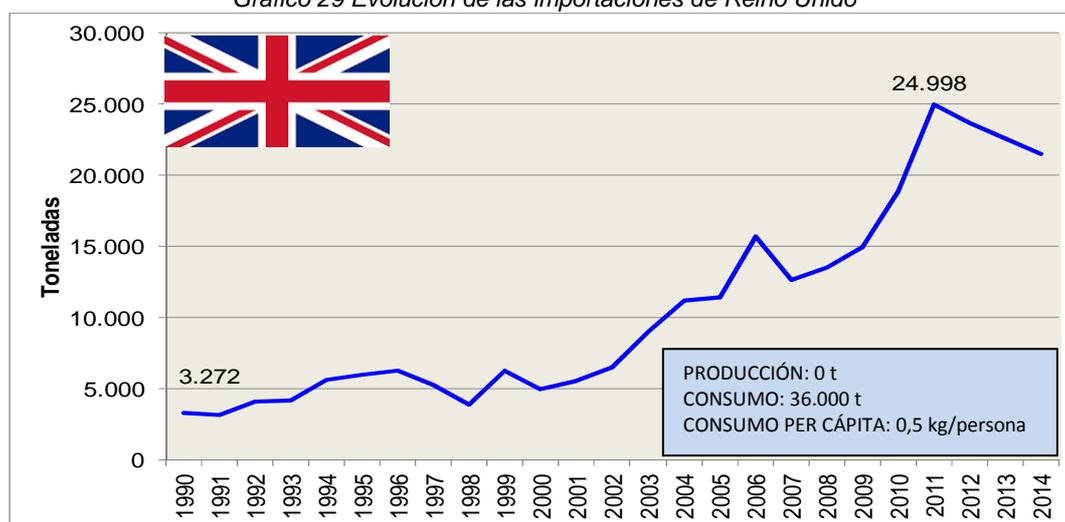
Además, en el mercado alemán, y muy posiblemente por la cantidad de población de origen turco que allí vive, la aceituna turca tiene una alta valoración alcanzando los

niveles, o incluso algunos años superando, a la griega, algo que no sucede en otros mercados analizados.

5.3.3.- Reino Unido

Este mercado, menor que el alemán, ha experimentado un importante incremento de consumo de aceituna de mesa, y dado que no son productores, esto se ha hecho a base del incremento de las importaciones.

Gráfico 29 Evolución de las importaciones de Reino Unido

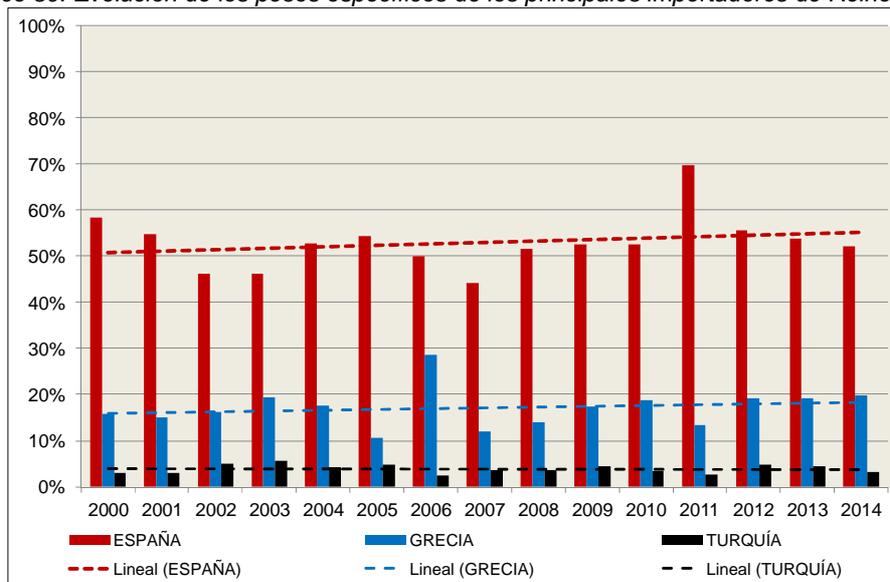


Fuente: EUROSTAT.

Tanto en el mercado alemán como en el inglés, en los últimos años aparece un retroceso en las importaciones, semejante a lo que ocurre en el mercado ruso o EEUU. Esta tendencia en estos mercados de gran dependencia exterior reflejan un descenso en el consumo interno de estos países en estos últimos años, posiblemente motivado, como se ha dicho a lo largo de este capítulo, por la influencia de la crisis económica en un producto que no es de primera necesidad y vinculado a unos usos y costumbres concretos se pueden haber visto afectados por dicha crisis.

Pero en el mercado inglés frente a lo que sucedía en el mercado alemán, la posición de la aceituna española es predominante con una ligera tendencia al alza, en cuanto a peso en el mercado, dentro de la estructura estable que presentan las importaciones de Reino Unido.

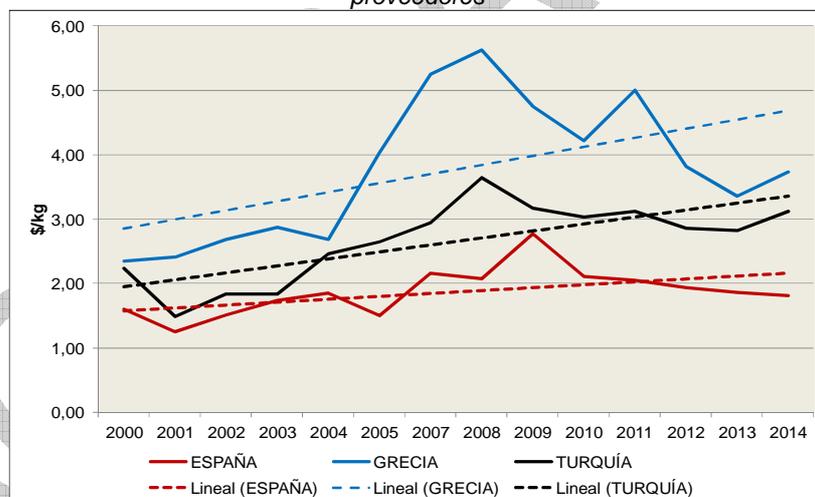
Gráfico 30. Evolución de los pesos específicos de los principales importadores de Reino Unido



Fuente: UN COMTRADE

Aunque de manera semejante a lo que sucedía en Alemania, nuestra aceituna es la que menor valor unitario presenta y cada vez la brecha con el valor de las aceitunas griegas y turcas es mayor.

Gráfico 31. Evolución del valor unitario de las importaciones del mercado alemán de los 3 principales países proveedores



Fuente: UN COMTRADE⁶

5.4.- PRINCIPALES COMPETIDORES EN EL COMERCIO MUNDIAL

Tras el análisis de los principales importadores mundiales de aceituna de mesa se deduce aquellos países que compiten con España, que se analizan en profundidad en el Anexo 1 del informe. A modo de resumen se exponen a continuación las tendencias fundamentales:

⁶ El valor unitario de Grecia para 2006 es anormalmente bajo, y puede ser un error de la base de datos manejada, por ello no se ha contemplado en el gráfico para evitar distorsiones en el análisis de tendencia que se realiza.

5.4.1.- Grecia

Es el segundo exportador mundial, con una cifra de exportaciones media en los últimos seis años que ronda las 84.000 t, es decir una tercera parte de las españolas, aunque competimos en casi todos los mercados relevantes.

Como exportador, Grecia ha mantenido un comportamiento diferente al español, como se ha podido ver en los análisis anteriores. La revalorización de su aceituna de mesa ha seguido la misma pauta en todos los mercados, independientemente del país destino, mientras que en el caso español el comportamiento del valor unitario de las exportaciones ha dependido en gran medida de este destino.

Así pues, partiendo de niveles muy similares de valores unitarios en el año 2000, el de la aceituna griega se ha posicionado un 40% por encima del español (teniendo en cuenta la media de los últimos seis años).

Esta revalorización se ha logrado gracias a una diferenciación del producto frente al resto de competidores, centrado fundamentalmente en la aceituna Kalamata.

Este hecho no ha supuesto pérdida de cuota en los principales mercados en los que se compite, de hecho en algunos ha mejorado su posición, como se ha visto en el caso de EEUU o Australia, donde la evolución ha sido muy positiva.

5.4.2.- Egipto

Presenta un perfil como exportador muy diferente al anterior y a nuestro país, dado que el consumo interno de Egipto es muy importante, de hecho tiene un consumo per capita de 3,8 kg/persona y año, duplicando al existente en España.

Esto explica que pese a ser el segundo país productor mundial, exporta menos de una tercera parte de lo que vende España en el exterior.

También es un exportador diferente por los principales mercados a los que se dirige, en los que tienen especial relevancia los países de su entorno, donde Libia, Irak, Arabia Saudi, Argelia... suponen más del 50% de sus exportaciones. Aunque también envía a EEUU.

El valor unitario de la aceituna egipcia, como se ha visto, ha crecido en todos los mercados, aunque aún en términos globales sigue siendo inferior al español en un 13%, presentando una tendencia al alza más pronunciada que la aceituna española.

5.4.3.- Argentina

Ejemplo de país orientado a la exportación, donde el consumo interior es mínimo, y sus principales mercados se encuentran en el continente americano, siendo altamente dependiente del mercado brasileño en más de un 80%.

Siendo el mercado brasileño uno de los que menor valor unitario presenta, como se ha visto, su dependencia condiciona claramente el valor unitario de las exportaciones de Argentina, que de media es un 28% inferior al español.

Aunque sus exportaciones están creciendo de manera muy importante, ya se ha indicado a lo largo de otros epígrafes de este informe, esta tendencia al alza tan positiva se ha visto truncada en los últimos años por unas malas cosechas, que han propiciado la entrada de nuestra aceituna en mercados tradicionalmente copados por la aceituna argentina, mucho más competitiva vía precios.

5.4.4.- Turquía

Tercer productor mundial de aceituna de mesa y segundo consumidor. No presenta una evidente vocación exportadora, es un caso similar al de la aceituna egipcia pero con una mayor tradición en el mercado mundial.

Aunque comparte mercados con la aceituna española, la turca es más relevante en países de su entorno donde destacan países como Rumania y Bulgaria.

La aceituna turca compite con la española de una manera muy directa en el mercado alemán, como se ha visto, donde una revalorización de dicha aceituna ha supuesto pérdida de cuota de mercado, que la aceituna española ha sabido aprovechar.

5.4.5.- Marruecos

Es un país con gran vocación exportadora orientada a unos flujos comerciales tradicionales, donde destacan países como Francia o Bélgica, con los que el país mantiene relaciones comerciales en general muy sólidas en muchos productos agrarios, y entre ellos la aceituna de mesa, y otro mercado tradicional es EEUU.

En éste último, se ha mantenido como tercer exportador del gran mercado estadounidense a lo largo de los años.

Otro aspecto destacable es la orientación de las exportaciones hacia la UE, aparte de a EEUU, frente a lo que sucede con países de su entorno como Egipto. Esto ha favorecido que el valor unitario de sus exportaciones haya tendido al alza, y de hecho, la media de los últimos seis años, recoge una depreciación respecto a la aceituna española de tan sólo de un 7%.

DESTACAMOS...

Principales mercados extracomunitarios

- España mejora su posición, ya de por sí líder respecto a la competencia en el caso de Brasil, Canadá y Arabia Saudí, estos dos últimos de una tendencia ligeramente creciente. En estos destinos el valor unitario de nuestras exportaciones se ha mantenido respecto a los competidores.
- En el mercado ruso, se logra mantener la cuota de mercado dominante y cercana al 95%, aumentando el valor unitario.
- Hay dos mercados donde se reduce nuestra cuota, EEUU donde ha caído un 20% en 15 años, y Australia, donde se ha sustituido nuestra posición dominante por la de Grecia, en apenas 7 años, con ligeros incrementos de valor unitario en ambos destinos pero muy inferiores a los que ha experimentado Grecia que aumenta su presencia en ambos países.

Principales mercados intracomunitarios

- España mejora su posición en el mercado francés y alemán, aumentando el valor unitario medio en el primer caso, y manteniendo en el segundo, frente a los incrementos de valor unitario de los principales competidores.
- En Reino Unido se mantiene la posición dominante de España, logrando mantener los valores unitarios.

Principales competidores

- Los principales competidores de España en el mercado mundial son: Grecia, Egipto, Argentina, Turquía y Marruecos.
- Destaca la estrategia de revalorización de la aceituna griega independientemente del mercado al que se venda.
- La importancia de Egipto y Turquía en los países de su entorno.
- La vocación exportadora de Argentina, especialmente dependiente del mercado brasileño.
- Gran importancia del comercio tradicional para Marruecos, que es donde va perdiendo peso, frente al ligero incremento en mercados como el estadounidense.

6.- ANÁLISIS DAFO

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • España se configura como principal actor productor y exportador mundial de aceituna de mesa en el mundo. • La menor variabilidad de las producciones garantiza de una forma estable cubrir las necesidades de los mercados. • Incremento de los rendimientos productivos. • Liderazgo en los principales mercados importadores del mundo con la presencia de la aceituna española en más de 160 países. • Incremento del valor unitario de las exportaciones un 30% en los últimos 15 años. • Posicionamiento de la aceituna española en los mercados en las principales economías mundiales e incremento de nuestra presencia en los países emergentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Regresión en la superficie de cultivo. • Dificultad de mecanizar la recolección en determinadas tipologías de explotación, con gran incidencia en los costes de producción. • Nivel de existencias de enlace por encima de las necesidades teóricas • Fuerte concentración de nuestras exportaciones en 5 destinos, que absorben el 60%. • Pérdida de cuota de mercado en nuestro principal destino: EEUU. • Gran variabilidad de valor unitario de nuestras exportaciones en función del país objetivo, tendentes a la baja en determinados mercados. • Insuficiente información de precios.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Identificación del origen español de la aceituna de mesa y reconocimiento de su calidad en los mercados internacionales en los que nuestra presencia es mayoritaria. • Dado incremento del consumo mundial en los últimos años, posibilidad de aumentar la comercialización exterior, tanto en nuevos mercados, como en los países consumidores tradicionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Baja diferenciación de la aceituna de mesa española y riesgo de posicionarse en segmentos de mercado de menor calidad. • Importaciones de determinados orígenes y tipos de aceituna, que de consolidarse, podrían poner en peligro el cultivo de determinadas variedades tradicionales. • La entrada en el mercado mundial de nuevos actores con una estrategia muy centrada en la aceituna de mesa y con valores unitarios más competitivos. • Gran sensibilidad del mercado exterior a parámetros macroeconómicos, por ejemplo el tipo de cambio €/\$.

ANEJO. PRINCIPALES COMPETIDORES EN EL COMERCIO MUNDIAL

En el análisis de los principales importadores mundiales de aceituna de mesa se ha podido ver aquellos países que compiten con España en el mercado de este producto.

1.- Grecia

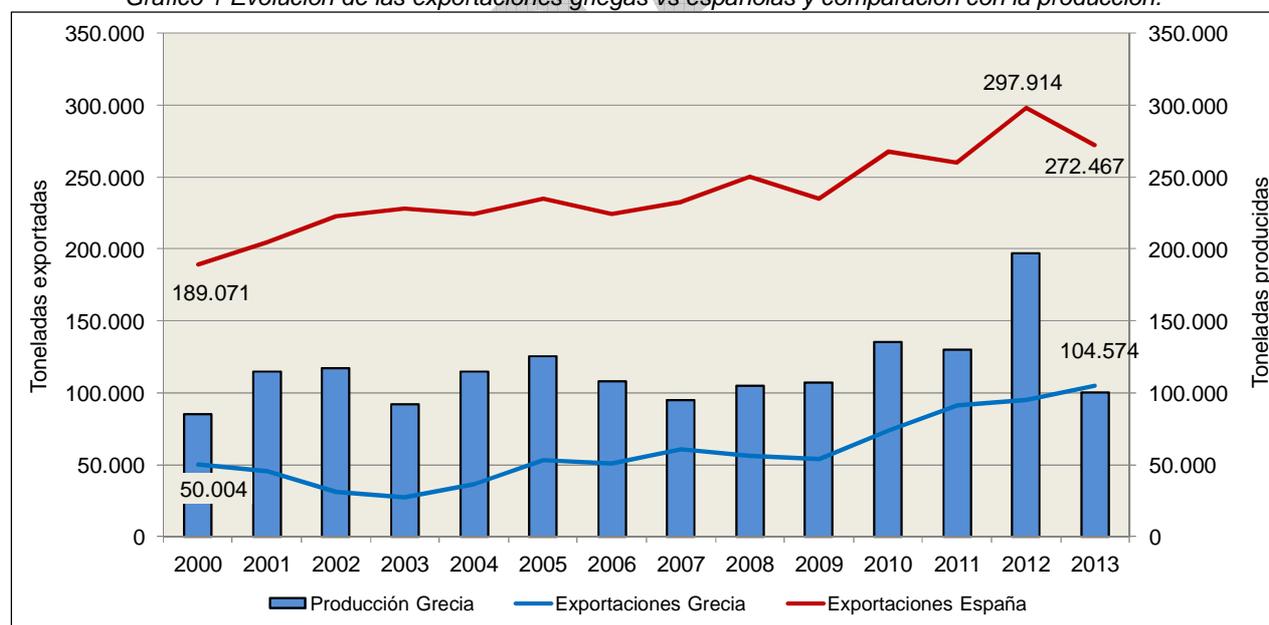
SUPERFICIE DE OLIVAR⁷: 1.160.000 ha
 SUPERFICIE SECANO: 852.204 ha
 SUPERFICIE REGADÍO: 307.796 ha
 IMPORTACIONES: 3.500 t
 EXPORTACIONES: 83.500 t
 PRODUCCIÓN: 151.000 t
 CONSUMO: 18.000 t
 CONSUMO PER CAPITA: 1,3 kg/persona

Sin duda es el principal país competidor en prácticamente todos los mercados, en la mayoría la aceituna griega tiene menor cuota de mercado que la española, aunque su tendencia en algunos de ellos ha sido muy positiva.

Además las aceitunas que más se han valorizado en los últimos años han sido las griegas en todos los mercados.

Al analizar las exportaciones griegas en los últimos 15 años, se observa cierta complementariedad con las españolas, y sucede un fenómeno que ya le ocurría a las exportaciones de aceituna de nuestro país: éstas no presentan una relación directa con la producción, aspecto que en otros productos agrarios es muy habitual, e incluso en otros países, como veremos.

Gráfico 1 Evolución de las exportaciones griegas vs españolas y comparación con la producción.



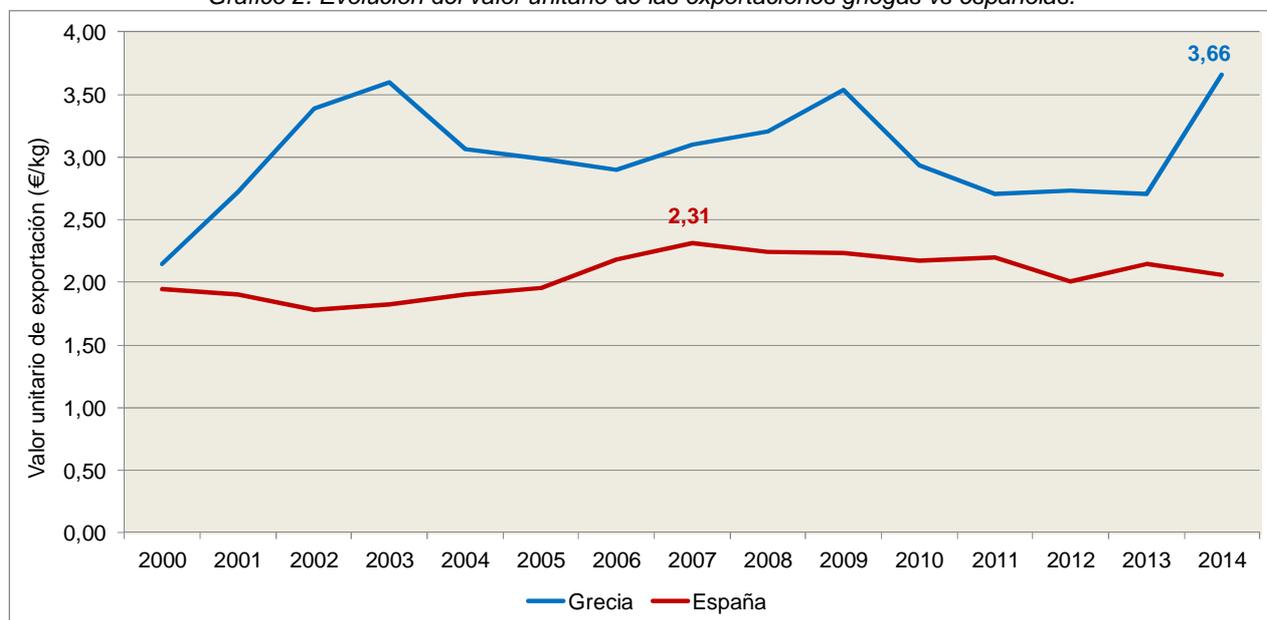
Fuente: EUROSTAT.

Ambos países han incrementado sus exportaciones en los últimos 15 años entre un 65 – 70%, inferior al incremento que han experimentado las exportaciones mundiales, extracomunitarias, que ha rondado el 90% para el mismo período.

⁷ La superficie de olivar que aparece en las fichas de cada país exportador, provienen del COI y recogen el total de la superficie de olivar, sin distinción del que se dedica a aceituna de mesa.

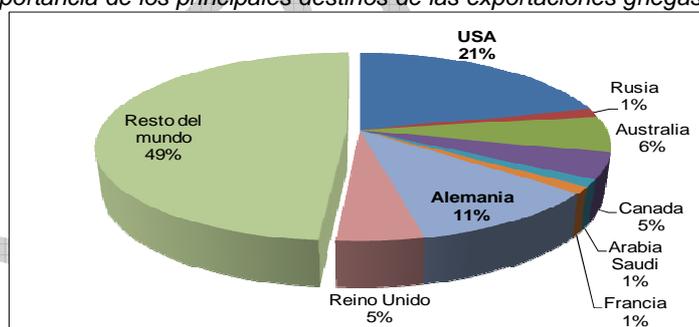
Pero, como ya hemos indicado, si algo ha caracterizado a la aceituna griega es la revalorización en estos años, en todos y cada uno de los mercados analizados, independientemente de cómo evolucionaba su cuota de mercado, Grecia ha tendido al alza del valor unitario de sus exportaciones.

Gráfico 2. Evolución del valor unitario de las exportaciones griegas vs españolas.



Fuente: EUROSTAT.

Gráfico 3 Importancia de los principales destinos de las exportaciones griegas 2008 – 2014.



Fuente: UN COMTRADE

Los mercados destino estudiados en este informe suponen más del 50% de las exportaciones griegas, mostrando una diversificación muy importante. Aunque también destaca en Grecia, igual que en España, Estados Unidos como principal receptor de aceituna griega con un 21%, menor dependencia que nuestro país del mercado estadounidense.

2.- Egipto

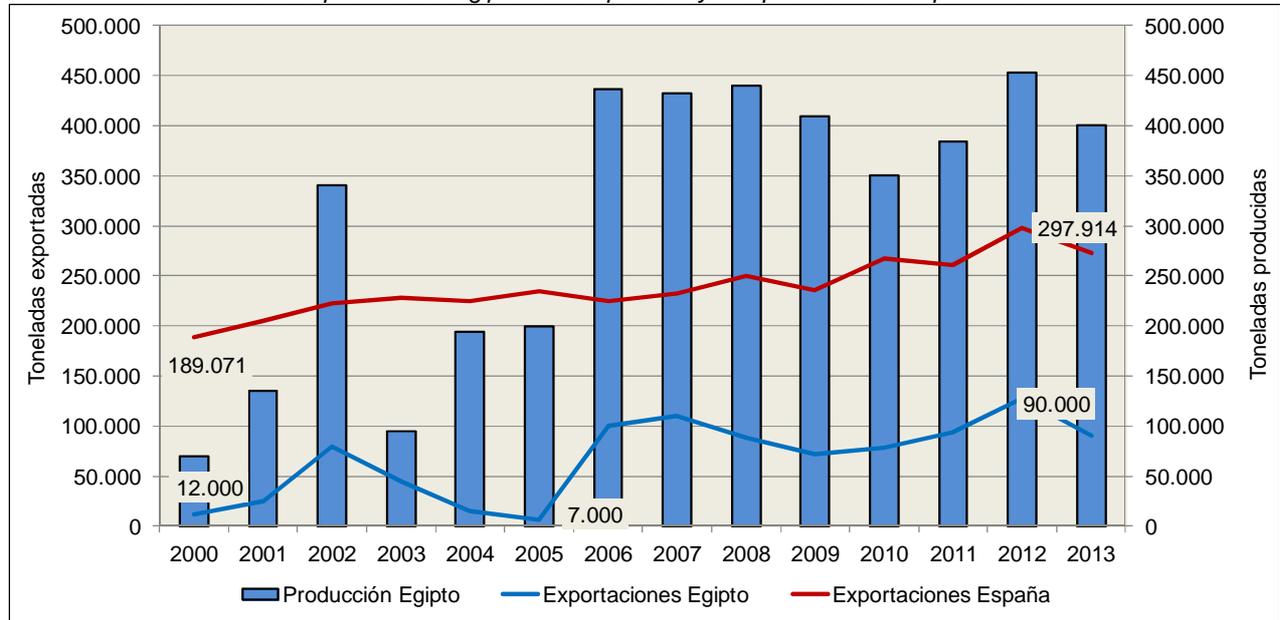
SUPERFICIE DE OLIVAR⁷: 66.000 ha
 SUPERFICIE SECANO: 6.600 ha
 SUPERFICIE REGADÍO: 59.400 ha
 IMPORTACIONES: 0 t
 EXPORTACIONES: 93.500 t
 PRODUCCIÓN: 406.000 t
 CONSUMO: 322.000 t
 CONSUMO PER CAPITA: 3,8 kg/persona

En Egipto, frente a lo que sucede en la mayoría de los países productores de aceituna de mesa, gran parte del olivar está destinado a este uso, siendo minoritario el dedicado al aceite de oliva. Además otra particularidad es el alto porcentaje que supone el regadío, de ahí, la elevada producción (muy semejante a la de nuestro país) pese a las pocas

hectáreas que dedica, por ejemplo en comparación con nuestro país.

Otro de los aspectos destacables de la aceituna de mesa egipcia es que tiene un gran consumo interno, prácticamente duplica el consumo interno de España. Por lo tanto su vocación no es exportadora, como en el caso de Grecia o de nosotros.

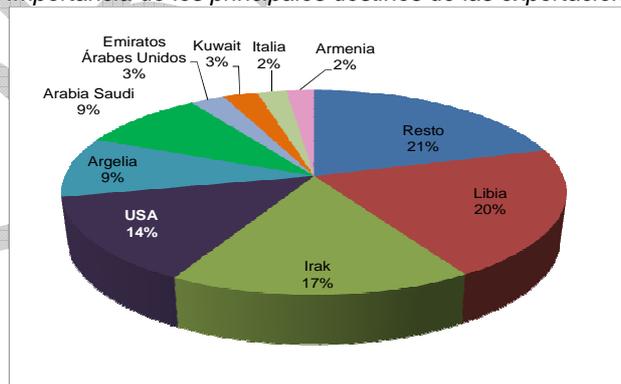
Gráfico 4. Evolución de las exportaciones egipcias vs españolas y comparación con la producción.



Fuente: COI

Como se puede observar el nivel de exportaciones de Egipto es muy inferior al de España y sus mercados destino también, teniendo una gran relevancia los países árabes.

Gráfico 36 Importancia de los principales destinos de las exportaciones egipcias.

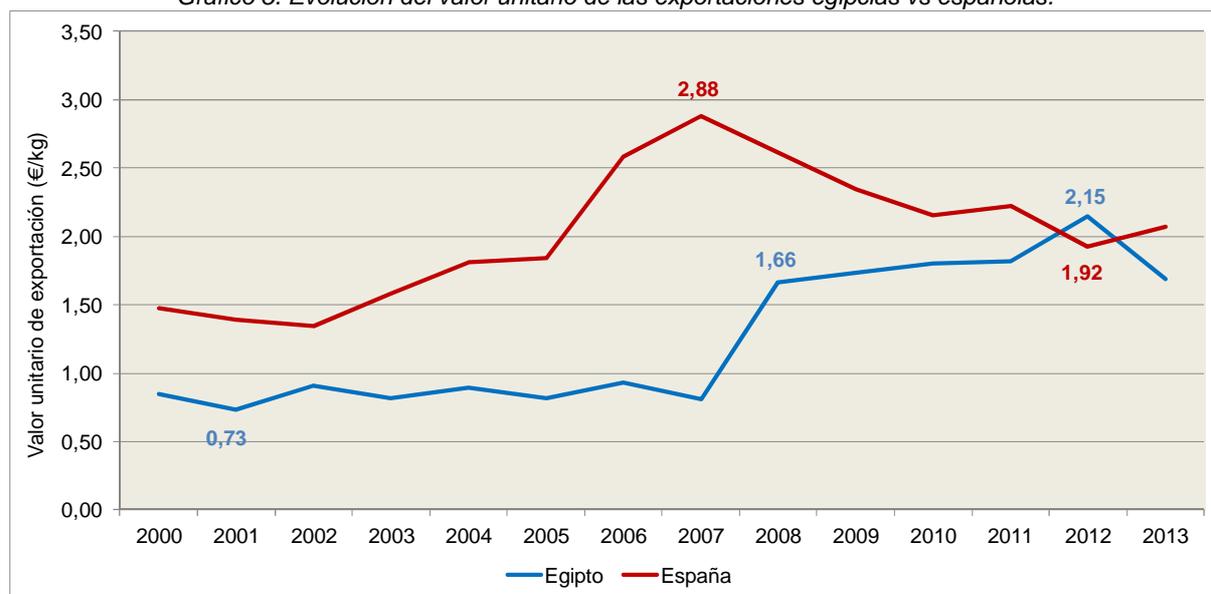


Fuente: UN COMTRADE

Y además tiene una gran diversificación de destinos.

El valor unitario de la aceituna egipcia exportada tradicionalmente ha sido inferior al de la española, pero su tendencia en los últimos 15 años ha sido a revalorizarse de manera más importante que en el caso de la aceituna española.

Gráfico 5. Evolución del valor unitario de las exportaciones egipcias vs españolas.



Fuente: UN COMTRADE

Egipto, por tanto, es un gran consumidor de aceituna de mesa, lo cual limita su expansión como exportador, en líneas generales, Esto no significa, que no haya alguna variedad en concreto para algún mercado en particular que suponga una gran amenaza, pero este aspecto, en base a la información disponible en las fuentes consultadas no es posible incluirlo en el análisis.

3.- Argentina

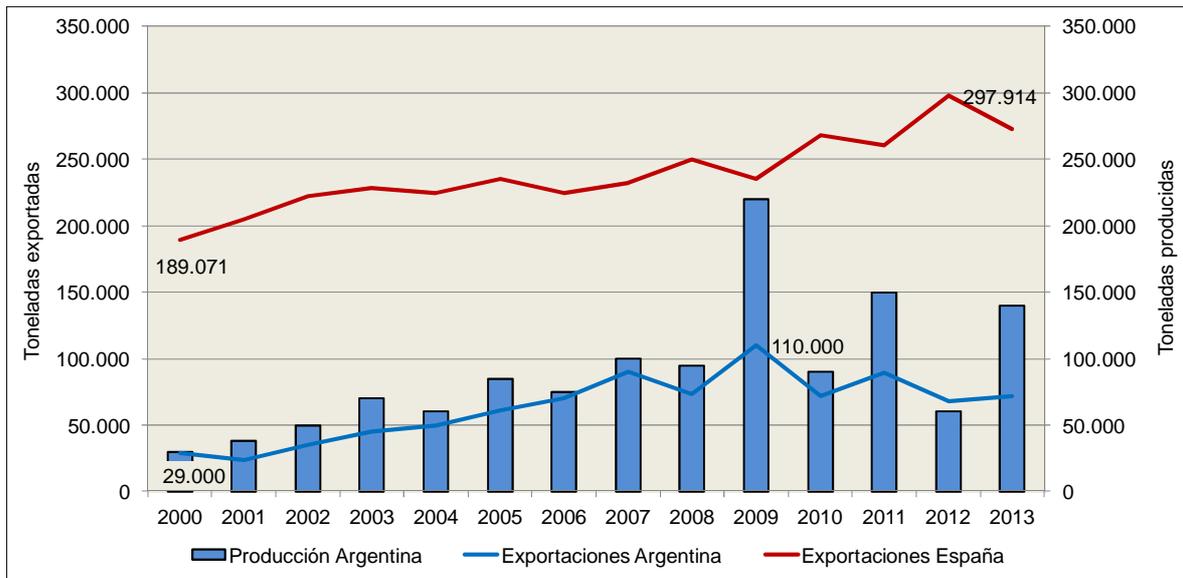
SUPERFICIE DE OLIVAR⁷: 100.000 ha
 SUPERFICIE SECANO: 30.000 ha
 SUPERFICIE REGADÍO: 70.000 ha
 IMPORTACIONES: 2.000 t
 EXPORTACIONES: 89.500 t
 PRODUCCIÓN: 125.800 t
 CONSUMO: 32.000 t
 CONSUMO PER CAPITA: 0,8 kg/persona

Este país, en contraposición al anterior, presenta una gran vocación exportadora, dada su escasa tradición de consumo.

Su producción se ha incrementado considerablemente estos últimos 15 años, aunque en las últimas campañas su producción ha disminuido considerablemente arrastrando, en este

caso a las exportaciones.

Gráfico 38. Evolución de las exportaciones argentinas vs españolas y comparación con la producción.

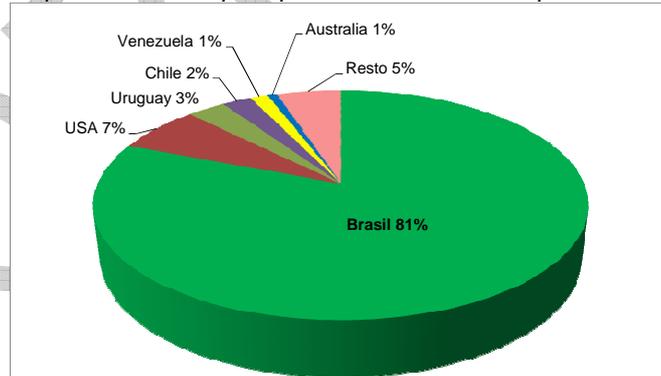


Fuente: COI

En este caso también hay una clara relación entre lo que se produce y lo que se exporta, como en Egipto se podía observar, frente a lo que sucedía en España o Grecia.

Las exportaciones en Argentina hasta 2009 se cuadruplicaron, mientras que en los últimos años esa tendencia se ha invertido y va disminuyendo su influencia en el comercio mundial. Además presenta una “debilidad” y es su gran dependencia del mercado brasileño, más del 80% de las exportaciones argentinas tienen como destino su país vecino.

Gráfico 39. Importancia de los principales destinos de las exportaciones argentinas.

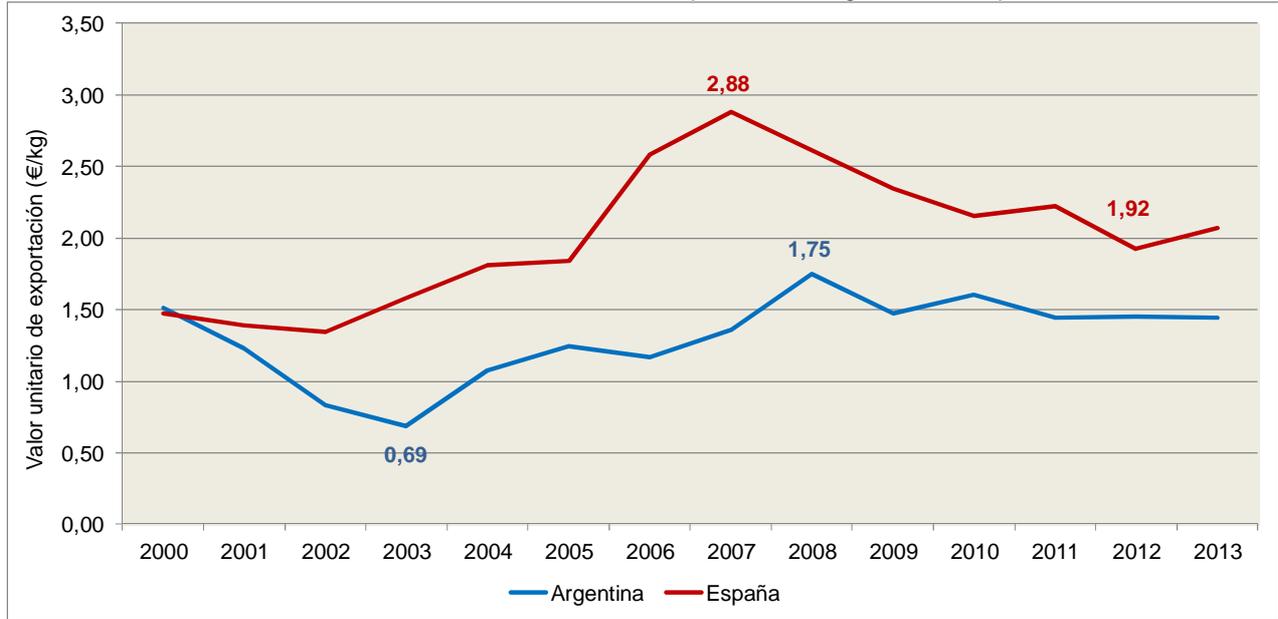


Fuente: COI

El resto de sus países clientes se ubican mayoritariamente en el continente americano, donde sin duda tiene una gran ventaja comparativa con nuestro país, aunque en los últimos años están apareciendo competidores como Perú o Chile.

Además como se indicó al estudiar el mercado brasileño, éste es uno de los que menor valor otorga a la aceituna de mesa, por lo que la aceituna argentina tiene un valor unitario inferior al español, en más de un 50%, lo que podría complicar la viabilidad de este cultivo en un futuro en Argentina.

Gráfico 6. Evolución del valor unitario de las exportaciones argentinas vs españolas.



Fuente: UN COMTRADE

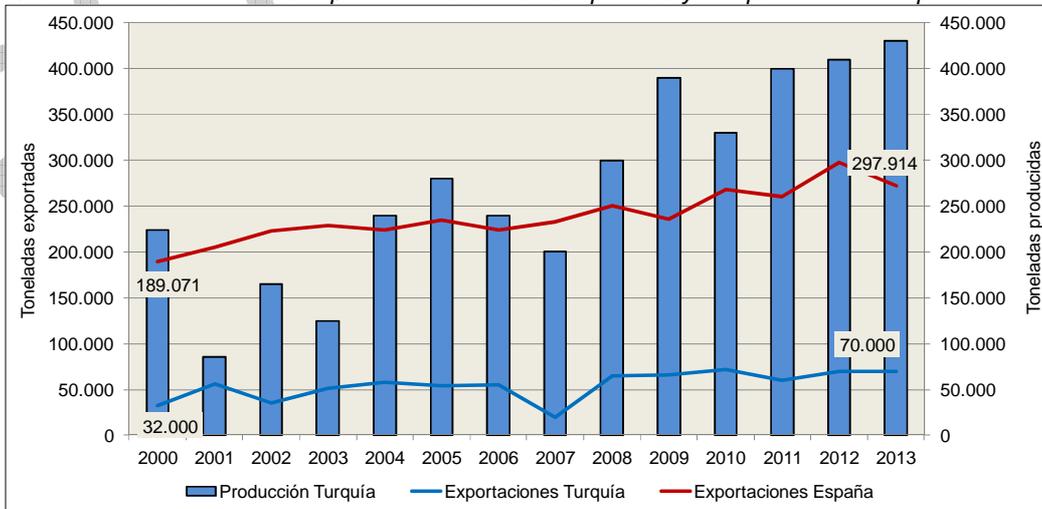
4.- Turquía

SUPERFICIE DE OLIVAR⁷: 768.946 ha
 SUPERFICIE SECANO: 707.430 ha
 SUPERFICIE REGADÍO: 61.516 ha
 IMPORTACIONES: 0 t
 EXPORTACIONES: 60.000 t
 PRODUCCIÓN: 376.000 t
 CONSUMO: 306.000 t
 CONSUMO PER CAPITA: 4,7 kg/persona

Gran productor y gran consumidor de aceituna de mesa junto a Egipto, y como éste no tiene una clara vocación exportadora y sus cifras son muy inferiores a las de nuestro país, aunque la aceituna turca goza de una gran tradición en el exterior, especialmente en aquellos países donde la presencia de emigrantes turcos ha sido muy importante tradicionalmente, como es el caso de Alemania.

Las exportaciones turcas se han multiplicado por más de dos en los últimos 15 años, pero aún así no alcanzan ni un cuarto de las exportaciones mundiales españolas.

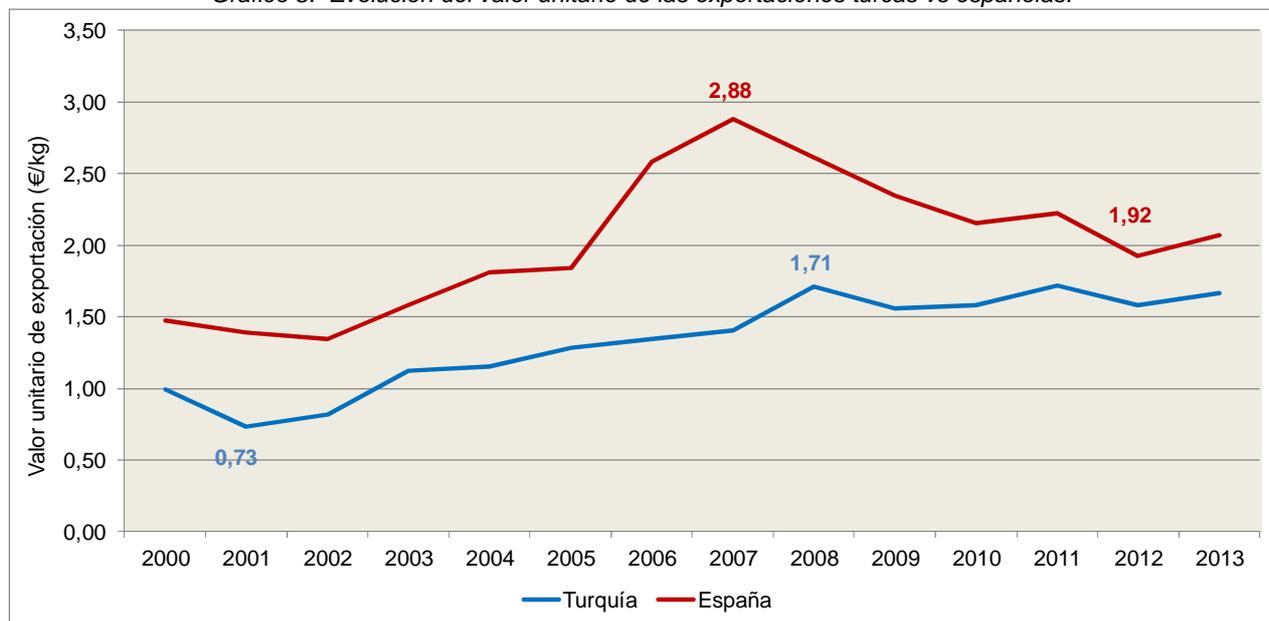
Gráfico 7. Evolución de las exportaciones turcas vs españolas y comparación con la producción.



Fuente: COI

En este caso se trata de un producto con menor valor unitario de las exportaciones que el español, pero con una tendencia creciente muy interesante.

Gráfico 8. Evolución del valor unitario de las exportaciones turcas vs españolas.

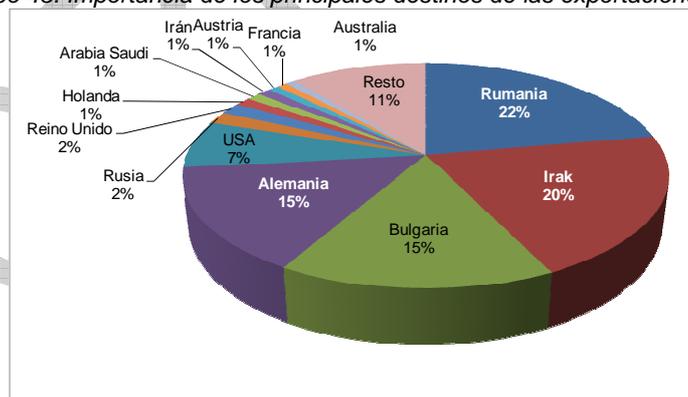


Fuente: UN COMTRADE

Esta revalorización está favorecida por su diversificación en los mercados – destino, en los que sorprende la presencia de Rumania y Bulgaria, fomentado por la proximidad a ellos, que permite abaratar costes.

También destaca el mercado iraquí con una cantidad destinada muy importante.

Gráfico 43. Importancia de los principales destinos de las exportaciones turcas



Fuente: COI

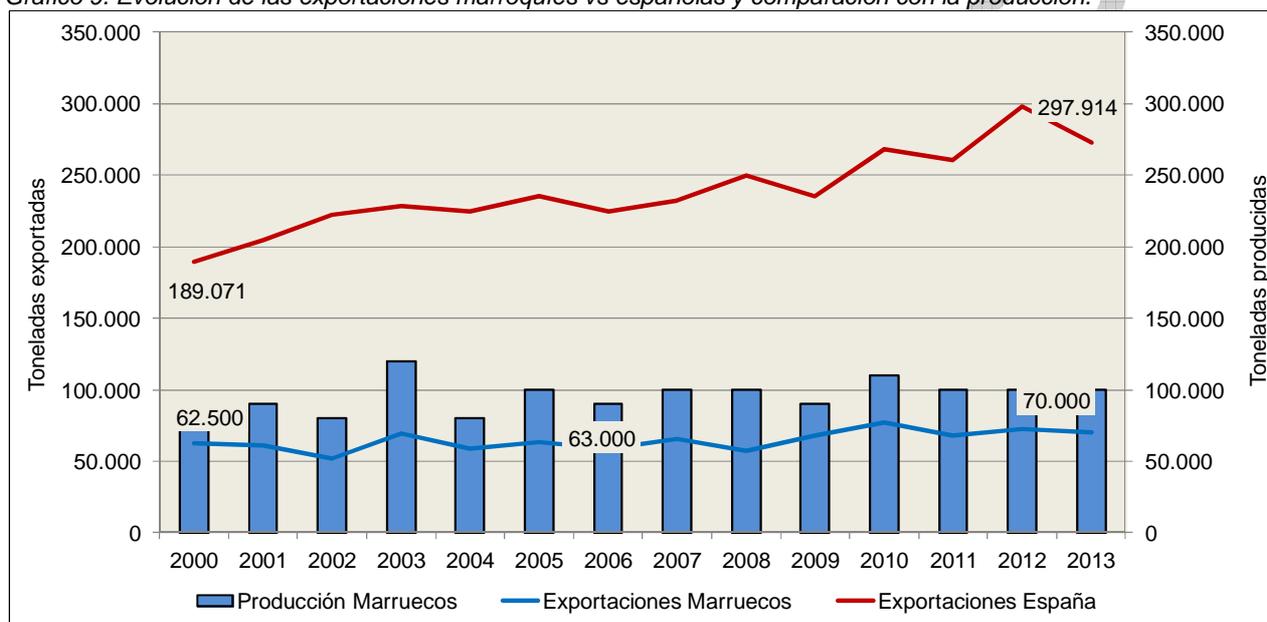
Este país supone una limitada competencia para España dado el consumo interno tan importante que tiene, y que como se ha visto no tiene una tendencia creciente en ninguno de los mercados destino que se han estudiado.

5.- Marruecos

SUPERFICIE DE OLIVAR⁷: 790.000 ha
 SUPERFICIE SECANO: 497.700 ha
 SUPERFICIE REGADÍO: 292.300 ha
 IMPORTACIONES: 0 t
 EXPORTACIONES: 68.000 t
 PRODUCCIÓN: 100.000 t
 CONSUMO: 32.000 t
 CONSUMO PER CAPITA: 1 kg/persona

Se trata de un país con una importante vocación exportadora, más del 68% de su producción se destina a exportación, siendo esta cantidad muy estable, y sin observarse tendencia al alza de manera evidente en la evolución de las exportaciones de los últimos 15 años.

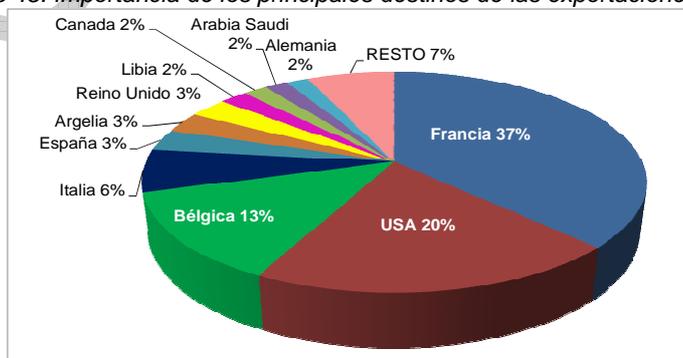
Gráfico 9. Evolución de las exportaciones marroquíes vs españolas y comparación con la producción.



Fuente: COI

Las exportaciones de Marruecos representan poco más del 20% de las españolas, aunque hay en mercados donde tienen gran influencia, como se ha visto en el caso francés. De hecho Francia es el principal cliente de aceituna marroquí, seguido de USA y Bélgica, que representan el 70% del total exportado por Marruecos.

Gráfico 45. Importancia de los principales destinos de las exportaciones turcas



Fuente: COI

Las importaciones de aceituna de mesa en España, como se ha indicado supone una cantidad muy baja, parte de la que entra en nuestro país es de Marruecos.

Este país supone una competencia importante para España en mercados principales como USA o Francia, con un valor unitario es menor y con una evolución muy semejante al español.

Gráfico 10. Evolución del valor unitario de las exportaciones marroquíes vs españolas.



Fuente: UN COMTRADE

Ese diferencial de valor puede ser un beneficio para Marruecos en mercados como el americano pero en cambio está cediendo en el mercado francés cuyo dominio era absoluto.

Otro aspecto destacable es que en este país no tiene tanta importancia en los países árabes frente a lo que sucedía con Turquía o Egipto.

BORRADOR