

EXPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA AL CONTINENTE AMERICANO

Francisco Sensat
Presidente de Asoliva

Asoliva es una asociación profesional que agrupa a empresas españolas que exportan aceite de oliva. Es una de las dos grandes asociaciones de nuestro sector que hay en España. La otra, Anierac, agrupa a las empresas que venden aceite de oliva envasado en el mercado español.

Asoliva cuenta actualmente con 65 miembros que venden la casi totalidad del aceite de oliva que se exporta envasado bajo marca comercial (97%).

Aunque algunas empresas han realizado inversiones en otros países, como veremos más adelante, la mayoría exporta sus productos valiéndose de intermediarios en los países de destino que van desde el agente comercial (representante casi siempre en condiciones de exclusividad) hasta el distribuidor, pasando por el importador-mayorista que o bien vende directamente a las cadenas y tiendas independientes, o bien vende a distribuidores.

La complejidad de la organización de la distribución de aceites de oliva (y de otros productos agroalimentarios) varía mucho de unos mercados a otros y en el caso del continente americano hay que hacer una distinción entre EE.UU. y Canadá, y los demás.

Estos dos países, pero especialmente EE.UU., se caracterizan, principalmente debido a su enorme superficie geográfica, por la complejidad (y alto coste) de su sistema de distribución.

Esta circunstancia ha inducido a unas pocas empresas a invertir en la creación de filiales o en la compra de empresas ya instaladas

en el país pero, como he dicho antes, estos casos constituyen la excepción que confirma la regla.

Al hablar de cifras de ventas de aceite de oliva al continente americano debo hacer dos puntualizaciones previas. Una de ellas es común a toda información relativa a exportaciones de este producto a cualquier mercado y es que los datos se refieren a volumen y no a valor. La razón la entenderán ustedes fácilmente al comparar el precio de un kilo de aceite de oliva en enero de 1996 con el del mismo mes de 1997, en origen. El precio de 1997 es prácticamente la mitad que el de un año antes como consecuencia del volumen de la cosecha actual que ha casi triplicado al de 1996.

La otra puntualización necesaria es que nuestras ventas a dicho continente suponen solo un **17%** de la exportación total española de aceite de oliva.

Ya he hecho una distinción entre EE.UU. y Canadá por un lado y los demás países americanos por otro al referirme someramente al sistema de distribución. La misma distinción cabe hacer con respecto al perfil del consumidor de aceite de oliva y a la evolución que ha seguido el consumo de este producto a través de los años.

Empezaré pues por referirme a los mercados de EE.UU. y Canadá aunque la abrumadora diferencia de consumo de aceite de oliva entre los dos países (Canadá importa poco más del 10% de la cantidad que importa EE.UU.) hará que me extienda más en analizar el primero dando solamente los datos de importación en lo que a Canadá respecta.

EE.UU. es el mayor importador mundial de aceite de oliva entre los países no productores. Hay que hacer esta salvedad porque un país productor de aceite de oliva, Italia, importa habitualmente más cantidad de este producto que EE.UU.

Aunque la producción de aceite de oliva no es materia de esta mesa, no está de más precisar que Italia, segundo productor de aceite de oliva del mundo después de España, es, a pesar de ello, deficitario pues su producción nacional no basta para cubrir sus necesidades de consumo interno más exportación.

Retomando el hilo del tema que nos ocupa, EE.UU. importó en 1996, **113.000 Tn.** De aceite de oliva equivalentes al **37%** del aceite de oliva objeto de tráfico internacional. De esta cantidad, España suministró, **13.700 Tn. (12%)**, Italia **81.700 Tn. (72%)** y el resto se repartió entre Grecia, Portugal, Marruecos, Turquía, y Argentina principalmente.

A primera vista puede deducirse que la débil posición española en el mercado americano es achacable a la falta de agresividad comercial de nuestras empresas.

De hecho esta es una acusación recurrente basada en una interpretación superficial de lo que reflejan las cifras. Pero como casi siempre sucede, las cosas no son tan simples. Hace un momento, al justificar la distinción entre los mercados de EE.UU. y Canadá y el resto de América he mencionado el perfil del consumidor y la evolución del consumo a través de los años.

No ha sido una distinción gratuita. El consumo de aceite de oliva en EE.UU. lo inician los emigrantes italianos y se desarrolla a medida que estos ganan poder adquisitivo e influencia en aquel país.

Hoy día los descendientes de aquellos primeros emigrantes, los italo-americanos, están totalmente integrados en la sociedad americana y no solo han conservado sus hábitos alimenticios, sino que los han transmitido a la población de origen anglosajón, que los ha adoptado como algo propio.

La generalización de la cocina italiana en EE.UU. ha tenido como vehículo principal la restauración. Hoy día se calcula que existen más de 66.000 restaurantes italianos en dicho país.

El reverso de la medalla lo tenemos contemplando el caso español. No ha habido una emigración española significativa a EE.UU. y los restaurantes españoles no llegan a 200. En estas circunstancias no es de extrañar que cuando en EE.UU. se habla de aceite de oliva se piense en Italia.

Hace unos años, cuando Asoliva estaba preparando la primera campaña institucional de promoción del aceite de oliva español, la

directora de la agencia de RRPP americana nos dijo que nuestro producto tenía una gran ventaja. Para nuestra sorpresa la gran ventaja era que nuestro aceite de oliva y nuestro país carecían de imagen en EE.UU. La ventaja, nos dijo, es que es mucho más fácil partir de cero que teniendo una imagen negativa.

Esta es la realidad y de ella se deriva la gran dificultad con que se encuentra cualquier empresa española que intente introducir una marca en EE.UU.

A pesar de eso, se han realizado y se siguen realizando importantes esfuerzos para promocionar nuestro aceite de oliva. Las empresas españolas fuertemente apoyadas por el Ices han invertido más de un millón de dólares en los últimos años en promoción del producto.

Por otra parte, algunas empresas, como decía al principio, han creado sus propias filiales y otras han comprado compañías ya establecidas en el mercado. Nadie se da por vencido, y el hecho de mantener las cifras de exportación que ya hemos visto es un claro síntoma de que el esfuerzo por parte de todos continuará.

En cuanto a Canadá se refiere, en 1996 importó 14.317 Tn. de las que España vendió **1.277 Tn. (9%)** e Italia **11.031 Tn. (77%)**. Aunque parecido en los resultados para nosotros, el mercado canadiense tiene una característica distinta del americano y es que las marcas más importantes pertenecen a empresas canadienses que unas veces compran en España y otras en Italia según circunstancias de mercado pero siempre venden con su propia marca y esta es siempre un nombre italiano.

En el resto del continente americano, la situación es radicalmente distinta y el volumen de negocio, siempre hablando de aceite de oliva, también.

En el cuadro que están Uds. viendo, pueden apreciar que se vende a un gran número de países, que los volúmenes varían mucho de unos mercados a otros, y que prácticamente en todos ellos España tiene una situación totalmente dominante y la presencia de Italia es casi inexistente.

Esta es una situación de partida pues el subcontinente está emergiendo de una larga crisis durante la que el consumo de aceite de oliva sufrió un importante retroceso.

Es un reto para nuestras empresas al que estoy seguro sabrán hacer frente. En todos esos mercados, con fuerte tradición española, hubo en otros tiempos, un consumo mayor que el actual que a medida que sus economías vayan progresando es lógico pensar que se irá recuperando.

Como conclusión del análisis de lo que sucede en el sur del continente americano, podríamos considerar como **aspectos negativos**, que el aceite de oliva es un producto caro, que actualmente existen en muchos de esos países unos aranceles altos y que puede haber habido una pérdida de hábito de consumo debido a los muchos años en que, el aceite de oliva, ha sido un producto inasequible a la mayor parte de los bolsillos.

En el **lado positivo de la balanza**, estaría la mejora generalizada de la economía a la que ya me he referido, la creciente liberalización del comercio internacional, la gran afinidad con nuestra cultura, el crecimiento de la población y el hecho de que compartimos un idioma común.

Evidentemente podría extenderme en un análisis mucho más profundo pero la forzosa limitación de tiempo me impide hacerlo, aunque el tema, por lo menos para mí, es apasionante.

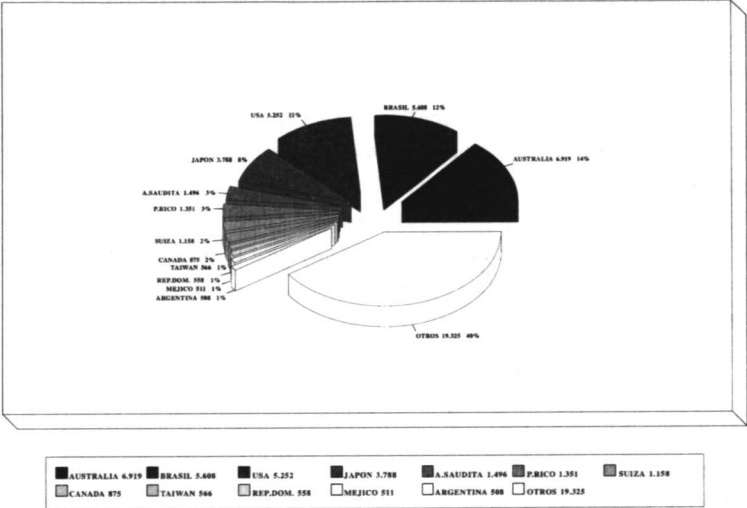
Solamente, y para terminar, quiero añadir que las posibilidades de expansión del consumo del aceite de oliva en el mundo, son reales e importantes.

En los últimos años, científicos de varios países han publicado los resultados de sus investigaciones sobre el aceite de oliva que ponen de manifiesto sus excelentes atributos en beneficio de nuestra salud.

La difusión de estos descubrimientos que, con gran eficacia está llevando a cabo el Consejo Oleícola Internacional (COI), unida a las indudables cualidades gastronómicas del aceite de oliva, pro-

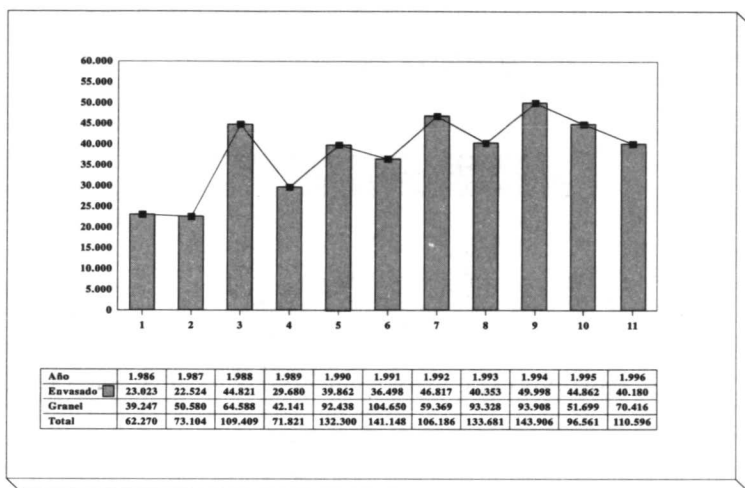
ducto esencial de la dieta mediterránea que se ha popularizado, partiendo, paradójicamente, de EE.UU., en todo el mundo desarrollado, avalan la confianza que todos los que estamos involucrados en su comercialización tenemos.

Gráfico 1 .- EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A TERCEROS PAISES. AÑO 1996
(SOLO ACEITE ENVASADO, EN TM.)



Fuente: Estadísticas Asefiva

Gráfico 2 .- EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE ACEITE DE OLIVA, 1986-1996 (TM)



Fuente: Estadísticas Asoliva
Asoliva (junio-97)

**Gráfico 3.- EXPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA A LATINOAMERICA.
COMPARATIVO ESPAÑA-ITALIA, 1996**

	Brasil	P. Rico	R. Domin.	Méjico	Argentina	Nicaragua
España	5.623	1.362	558	511	491	3
Italia	280	n.d.	n.d	n.d.	n.d.	20

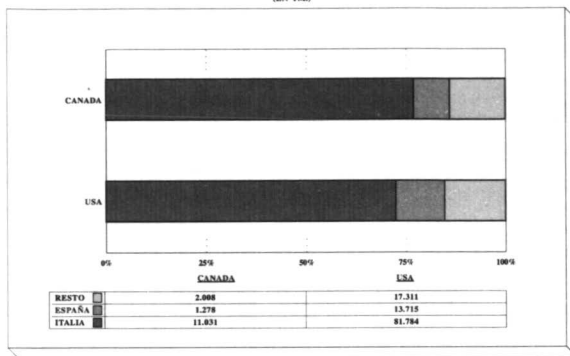
	Colombia	Chile	Venezuela	Uruguay	Panamá	Costa Rica
España	386	386	176	172	130	122
Italia	n.d.	n.d.	171	n.d.	n.d.	n.d.

	Guatemala	Ecuador	El Salvador	Otros	Total
España	121	118	4	148	10.311
Italia	n.d.	153	30	n.d.	n.d.

n.d.: datos no disponibles en su mayoría por ser las cantidades no representativas dentro del volumen total de aceite de oliva importado por el país.

Fuente: Estadísticas ASOLIVA y Datos COI.

Gráfico 4 .- IMPORTACIONES TOTALES DE ACEITE DE OLIVA. AÑO 1996
(EN TM.)



Fuente: Datos CUI

Gráfico 5 .- EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A AMERICA LATINA
(En Tm)

	1.991	1.996
Brasil	2.542	5.623
P.Rico	1.677	1.362
Rep.Domin.	348	558
Méjico	958	511
Argentina	2	491
Colombia	144	386
Chile	88	386
Venezuela	336	176
Uruguay	19	172
Panamá	160	130
Costa Rica	51	122
Guatemala	138	121
Ecuador	22	118
Otros	54	148

Nota: Incluye Aceite de Orujo de Oliva
Fuente: Estadísticas Asoлива