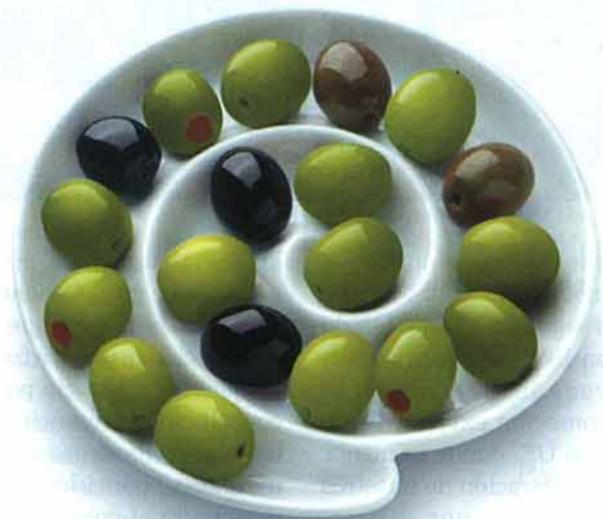


Andalucía: líder mundial exportador de aceite de oliva y aceituna de mesa

Son el segundo producto agroalimentario más exportado por nuestra Comunidad, por detrás de los hortofrutícolas. Mueven ingentes cantidades de toneladas, generan muchos jornales y lo más importante: ¡están exquisitos!

Isabel G. Suero



Las exportaciones realizadas por las empresas de Andalucía de aceite de oliva en 2010 muestran un aumento interanual del 23%, siendo la Comunidad que más exporta con el 67,3% del total



EN Andalucía, conocemos bien las propiedades nutricionales y saludables de productos como el aceite de oliva y la aceituna de mesa, por eso, somos los primeros en tomarlos. Sin embargo, el resto del mundo también está empezando a conocerlas, a juzgar por los últimos datos de exportación, cuyos índices reflejan año tras año un crecimiento exponencial. Y la cosa promete con la penetración en nuevos y gigantes mercados, como China o Estados Unidos.

Al natural o como ingrediente de comidas, la versatilidad es seguramente uno de los calificativos más acertados para definir al aceite de oliva y a la aceituna de mesa de Andalucía. Sus diferentes usos y formas de consumo conquistan cada vez más paladares, atraen la atención de cocineros de todo el mundo y contribuyen a difundir el nombre de Andalucía por todo el globo.

Y es que, ¿quién puede resistirse a un buen aceite de oliva virgen extra empaquetado en un trozo de pan o a unas aceitunitas verdes para acompañar una cervecita? Lo bueno pronto se da a conocer, más en un tiempo como el nuestro, de

globalización económica, pero también social y de costumbres.

En este marco, los productos andaluces hacen las Américas por tierra, mar y aire hasta las casas, los bares y restaurantes más remotos del planeta. Y como muestra, unas cifras. En el caso del aceite de oliva, según datos ofrecidos por la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (Extenda), dependiente de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía, las exportaciones realizadas por las empresas de Andalucía de aceite de oliva en 2010 muestran un aumento interanual del 23%, siendo la Comunidad autónoma que más exporta con el 67,3% del total de exportaciones de España.

Asimismo, el superávit comercial se situó en 1.203 millones de euros, con un 2.521% de tasa de cobertura. El aceite de oliva virgen es el más exportado con 1.010 millones de euros, representando el 81% de las exportaciones en 2010. Además es el que más creció con un 28%.

Italia y Portugal fueron los principales destinos de las exportaciones andaluzas de aceite de oliva en el exterior, con cuotas del

42% y 12% del total, respectivamente y con crecimientos del 47% y 10%. Además, destaca el gran aumento de las exportaciones a Estados Unidos, con un 63% más con respecto a 2009. Las exportaciones a China también supusieron un gran crecimiento con un 77% más que en 2009.

Según el informe de Extenda, la mayoría de las exportaciones andaluzas se concentran en la provincia de Sevilla con un 38% del total y de Córdoba con un 27%.

Estos números dan buena cuenta del peso que tiene y ha tenido siempre el sector del aceite de oliva en Andalucía. Ya lo decía Antonio Ávila Cano, consejero de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía, el pasado mes de marzo durante la presentación del III Plan de Promoción Exterior del Aceite de Oliva Español –ver despique–: “Andalucía no se puede entender sin el aceite de oliva, ni ahora ni a lo largo de su historia”.

Según Ávila, “somos líderes mundiales en producción, con cerca del 40% del total mundial y el 80% de la española, en torno a un millón de toneladas de media por campaña, cifra que en la 2009-2010 se situó en

Planes sectoriales para promocionar estos productos por todo el mundo

TANTO el aceite de oliva como la aceituna de mesa han experimentado un notable crecimiento en el exterior gracias, en parte, a los distintos planes sectoriales que se han llevado a cabo para su promoción internacional. En ambos casos, la estrategia a seguir parte de superar los límites territoriales autonómicos para vender la marca ‘España’, en detrimento de la marca ‘Andalucía’. Es decir, se intenta promocionar el aceite de oliva español y no andaluz. Lo mismo ha ocurrido con las aceitunas.

Así, el pasado 23 de marzo de presentó el Plan de Promoción Exterior del Aceite de Oliva Español 2011, que cuenta con un presupuesto total de 1.600.000 euros para dar a conocer las cualidades de este producto, asociado a España como primera productora y comercializadora del mundo. La iniciativa y los resultados de la edición anterior fueron presentados en Jaén por las entidades públicas y privadas que lo desarrollan y financian, a saber: la Interprofesional del Aceite de Oliva y Asoliva (Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador de

Aceite de Oliva), por parte del sector, y el Instituto de Comercio Exterior (ICEX), la Junta de Andalucía y la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, por la parte pública.

En el caso de las aceitunas de mesa, de nuevo el ICEX, la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (Extenda) y la Interprofesional de la Aceituna de Mesa (Interaceituna), han vuelto a unir esfuerzos para promocionar la aceituna de mesa a escala internacional mediante la renovación del Plan Sectorial de Promoción, que permite desplegar acciones de divulgación y publicidad en ocho países. Las acciones enmarcadas en el plan se desarrollarán en Rusia, México, Polonia, Australia, Ucrania y Reino Unido por un valor de 1.300.000 euros.

En 2006, fue Asemesa quien lo firmó, junto con ICEX y Extenda, y en 2007 fue asumido por todo el sector a través de Interaceituna. El presupuesto, destinado a consolidar la marca Aceitunas de España (Olives from Spain) y a reforzar la posición de liderazgo de la aceituna de mesa española en el extranjero, ha ido aumentando año tras año. ■

1,2 millones de toneladas. También somos líderes en comercialización, con el 67,3% de las exportaciones españolas en 2010, que alcanzaron un valor de 1.252 millones de euros, lo que significa un incremento del 23,4% respecto de 2009. O lo que es lo mismo, que Andalucía vende más por sí sola en todo el mundo que Italia, el siguiente país en cifra de negocio de sus exportaciones”.

El consejero también ofreció datos referidos al empleo. La industria andaluza del olivar da trabajo a unos 250.000 olivareros y es la actividad determinante en más de 300 pueblos, en los que se generan 22 millones de jornales y se



asientan más de 1.000 empresas –más de 800 al mazaras y 200 entamadoras–. “Pero si España es líder mundial y Andalucía con ella, Jaén es la capital del oro verde”, añadió Ávila. La provincia jiennense cuenta con casi la mitad de la su-

perficie, de las explotaciones y de las almazaras andaluzas, para extraer de sus olivas la mitad del aceite de oliva virgen extra andaluz. “De esta tierra sale un 15% de nuestras exportaciones al mundo (+37,4% respecto del 2009)





La Comunidad andaluza supone el 81% del total español en exportación de aceitunas de mesa. En 2010, exportó 250.864 toneladas

y es ya la tercera provincia en ventas al exterior, con 187 millones de euros."

Pese a todo, el sector tiene que afrontar algunos retos referidos especialmente a precios y comercialización y que se espera que puedan resolverse a partir de la Ley del Olivar que acaba de entrar en el Parlamento de Andalucía.

Aceitunas de España

En el caso de las olivas, según la Agencia para el Aceite de Oliva (AAO), la última campaña ha registrado una producción récord en España y en Andalucía, primera Comunidad autónoma productora de aceituna de mesa con un 80% del total nacional. Así, la producción nacional ha rozado las 600.000 toneladas de las cuales 481.000 corresponden a Andalucía, destacando las provincias de Sevilla (73%), Córdoba (15,2%) y Málaga (10,6%). En la campaña de 2010 han sido 395 empresas las dedicadas al entamado, de las que un 55% son andaluzas.

Tal y como se indica des-

de la Asociación de Exportadores e Industriales de Aceitunas de Mesa (Asemesa), la importancia de Andalucía en este sector se pone aún más de manifiesto cuando se compara con las producciones europea y mundial y se observa que a nuestra región le corresponde el 75% de la primera y el 22% de la segunda.

En materia de exportación, la región andaluza supone el 81% del total español, por lo que, en 2010 la Comunidad ha exportado 250.864 toneladas. Existen más de 100 empresas con actividad exportadora, aunque hay un grupo de 30 empresas que concentra aproximadamente el 75% de las exportaciones. De hecho, las cinco empresas exportadoras más importantes de España son todas andaluzas y entre las cinco alcanzan una cantidad de 141.318 millones de kilos, lo que supone un valor de más de 280 millones de euros.

En Andalucía, se producen las principales variedades de aceituna de mesa (manzanilla, hojiblanca y gordal), que una vez enta-

Acesur: pionero y líder en el sector

ACESUR fue de las primeras empresas del sector en incorporarse a la exportación, concretamente en los años 70. Estados Unidos, Países Árabes y Brasil fueron los primeros países de destino. En la actualidad, la compañía exporta aceite de oliva y aceite de semillas principalmente bajo las marcas La Española, Guillén y Coosur. Acesur está presente en más de 80 países, de los que en 20 es líder en solitario, como el caso de Reino Unido con una cuota de mercado de más del 50% de todo el aceite español, Alemania,



Australia, México o Ecuador. Concretamente, están presentes a través de distribuidores locales del país en cuestión o directamente con el cliente, que van desde gran consumo a canal Horeca, entre otros. La facturación para exportación supone ya un 40% del total del aceite envasado por nuestro grupo, con un crecimiento en ventas superior al 20% durante el último ejercicio, lo que suponen más 31 millones de litros de litros envasados y exportados de aceites de oliva. ■

madras se comercializan de muchas formas: deshuesadas, enteras, en rodajas, rellenas (anchoa, pimiento, atún, salmón, queso...).

Según informa Asemesa, el sector de la aceituna de mesa genera 8.000 empleos directos, más de 6 millones de jornales por la recolección y el cultivo del olivo, a los que hay que añadir los originados por las empresas y fábricas auxiliares (vidrio, maquinaria, hojalata, cartonajes y logística).

La provincia más importante es Sevilla, ya que además de su alta producción y de concentrar al mayor número de industrias, le corresponde el

70% de la comercialización andaluza de aceitunas de mesa. En cuanto a exportación, sólo Sevilla exporta el 63% del total de Andalucía.

Asemesa representa a empresas asociadas procedentes de Andalucía, Valencia, Cataluña y Extremadura, que suman más del 70% de la facturación del sector. En concreto, el 76% de sus asociados son andaluces, ya que la mayor parte de la producción y la transformación se realiza en nuestra Comunidad. Sevilla es la provincia que mayor número de firmas asociadas aglutina, superando el 84%, seguido de Córdoba y Málaga con un 7,7% respectivamente. ■