

## Descienden las exportaciones y el mercado nacional de las aceitunas de mesa



### Noticias

Durante 2013 las exportaciones se han reducido un 3,86%, mientras el mercado nacional ha bajado un 10,35%

Coincidiendo con su Asamblea General, Asemesa ha presentado el balance correspondiente al pasado año, ejercicio en el que **las exportaciones han descendido un 3,86% con respecto a 2012**. Esto se traduce en un **volumen total de exportación anual de 311.2 millones de kilos por un valor de 624.6 millones de euros**, según datos de la Dirección General de Aduanas.

Los datos de comercialización facilitados por la **Agencia de Información y Control Alimentario (AICA)** confirman este descenso cifrando en un 7,7% la bajada general en ventas, “debido en gran medida al descenso del mercado nacional, que ha disminuido un 10.35% respecto a 2012”, ha explicado Antonio de Mora, director-gerente de Asemesa. En este sentido, de Mora ha reseñado que las variedades Manzanilla (66.79%) y Hojiblanca (51,47%) son las más vendidas en España y que las aceitunas rellenas son las más consumidas en los hogares nacionales (39,1% del total).

En cuanto a los destinos, y según datos de la Dirección General de Aduanas y ASEMESA, las exportaciones a la zona comprendida por EEUU, Puerto Rico y Canadá ha descendido un 3.14%, mientras que en Rusia y los países del Este el descenso ha sido del 8.04% y en la zona Centro-Sudamérica del 16.69%. Por el contrario, en la Unión Europea las exportaciones han aumentado un 3.95%, consolidándose como el principal destino de las aceitunas de mesa españolas.

Por países, **EEUU sigue siendo el principal comprador de aceitunas de España con un 22.8% del total de las exportaciones**. Le siguen Italia con un 9.6%, Rusia con un 7.3% y Francia con un 6.9%.

### Descenso de la cuota de mercado

Según el Consejo Oleícola Internacional, el consumo mundial de aceituna de mesa está creciendo, cifrándose en 2.528,5 toneladas en 2012/2013. Sin embargo, según De Mora, “aunque años tras años conseguimos mantener un ritmo similar de exportación y seguimos liderando los mercados, son otros países como Egipto, Turquía, Grecia, Marruecos o Argentina los que están beneficiándose del aumento del consumo mundial de aceitunas. De hecho, y tomando como ejemplo a Estados Unidos, que es el estado que más aceitunas españolas compra, nuestra cuota de mercado ha pasado del 70% en 1993, al 60% en 2003 y al 50% en 2013”.

En este sentido, el director-gerente de Asemesa valora el esfuerzo promocional que el sector realiza a través de su interprofesional para paliar la situación. Concretamente en 2013 se ha invertido en promoción en España, EEUU, Francia, Reino Unido, Rusia, Polonia, países a los que en 2014, y por primera vez, se añadirá India. “Abrir nuevos mercados es siempre positivo, máxime, uno tan amplio e interesante como el indio, donde esperamos que la aceituna sea cada vez más conocida y consumida”.

No obstante, De Mora reconoce que “la inversión publicitaria por sí sola no es suficiente, siendo necesario que todas las ramas del sector se modernicen para que puedan ser competitivas y quizás dar más peso a productos de más valor añadido y más diferenciados”.

## **Memoria 2013**

ASEMESA ha hecho coincidir el balance 2013 con la presentación de la última memoria de la Asociación. Como claves del pasado ejercicio, De Mora ha subrayado la culminación del trabajo realizado durante varios años con el Consejo Oleícola Internacional, la Comisión de la U.E y la Administración española, para la armonización de la norma de aceituna del CODEX con la internacional del COI, objetivo que se cumplió finalmente con la aprobación de la nueva norma CODEX de aceitunas.

En el área de promoción, el director-gerente de ASEMESA ha afirmado que se cumplieron “dos grandes objetivos: el inicio de la actividad de promoción a EE.UU y la aprobación de un programa europeo de promoción para España, Reino Unido y Francia, mercados todos ellos muy importantes para nuestra aceituna”.

Otro de los hitos destacados ha sido el de I+D. Por un lado, se ha concluido el proyecto Probiolives que ha demostrado científicamente que las bacterias lácteas autóctonas de las aceitunas de mesa prestan propiedades probióticas “más destacadas incluso que las de algunos de los microorganismos utilizados en los productos lácteos”.

Por otro, los trabajos en el Plan Director Medioambiental” van a permitir pronto disponer de una guía práctica para ayudar a las empresas a aplicar la mejor gestión posible”.

De Mora también ha recordado los avances en el proyecto de recolección mecanizada, “que es fundamental para que todas las variedades que produce el sector puedan ser competitivas”.

ASEMESA representa al sector desde hace 90 años, integrando a la industria dedicada a la elaboración, comercialización y exportación de la aceituna de mesa en España. Sus empresas asociadas proceden de Andalucía, Valencia, Cataluña y Extremadura y en total las operaciones de éstas superan el 70% de la facturación del sector.

ASEMESA