



## La aceituna española de mesa se topa con el «caos» pospandemia en su salida al exterior con anulación de contratos y la subida de costes

La aceituna española de mesa es otro de los productos afectados por el «desorden» internacional que se está dando en la salida de la crisis motivada por la pandemia y afronta problemas como la anulación de contratos y la subida de costes.

Así lo asegura a Efeagro el secretario general y portavoz de la Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceituna de Mesa (Asemesa), Antonio de Mora, que advierte de que dicho encarecimiento deberá trasladarse a toda la cadena de valor.

En sectores como el de la aceituna española de mesa, con pequeños márgenes comerciales, «no podemos de ninguna manera absorber nada del incremento de costes, o se repercute al cliente si lo acepta o no se puede vender», argumenta.

Según sus cálculos, el precio de casi todos los insumos ha aumentado, desde los plásticos en un 80 % hasta el cartón o las latas en un 50 %, pasando por la energía, los químicos, el vidrio o las tapas.

«Todo ha subido una barbaridad», comenta De Mora, quien también hace referencia al «enorme incremento de los fletes», que en algunos casos han llegado a cuadruplicarse e incluso quintuplicarse.

A eso se suma la dificultad para encontrar contenedores, no solo por su mayor precio, sino también porque -afirma- hay «un desorden absoluto en el que no hay seguridad», donde se anulan los contratos o se retrasan las entregas durante semanas en un escenario «muy complicado» cuyas consecuencias se verán más adelante.

«A corto plazo no se ve solución para el problema del coste de la energía y de los fletes hasta que no se normalice la situación», apunta el secretario general de Asemesa.





## LEVE AUMENTO DE VENTAS EN 2021

Las dificultades se acumulan para la aceituna española de mesa , un sector que exporta el 70 % de lo que se produce en España.

Entre enero y agosto de 2021, sus ventas al exterior se elevaron el 1,2 % en comparación con el mismo periodo del año anterior, marcado por la pandemia, según datos de la patronal.

Las exportaciones crecieron en los países de la Unión Europea, entre los que destacan Portugal y Polonia, así como en Rusia y los países bálticos, y en América Central y del Sur.

En cambio, disminuyeron las ventas a Norteamérica y Oriente Próximo, explica De Mora.

En el caso de Estados Unidos, su principal mercado, las exportaciones cayeron el 2,6 % en comparación con los ocho primeros meses de 2020, si bien el descenso fue menor que el de los meses anteriores.

«Parece que la tendencia es de recuperación una vez que desaparecieron los aranceles a la aceituna verde, que se vio afectada por el conflicto aeronáutico y que representa un 60 % de las ventas de aceituna a EEUU», declara el portavoz.

En junio pasado, Estados Unidos y la Unión Europea (UE) acordaron suspender por cinco años los aranceles impuestos en el marco de la disputa mantenida en la Organización Mundial del Comercio (OMC) por los subsidios a Boeing y Airbus.

Cuestión aparte es el arancel del 35 % que tiene aún la aceituna negra en ese país, lo que le está haciendo perder mercado, según De Mora.

«Estamos a la espera de noticias de las conversaciones que están teniendo lugar desde hace varios meses con la nueva administración estadounidense para llegar a una solución igual que se llegó con el conflicto de las ayudas al sector aeronáutico», añade.

Además, los exportadores de aceituna española de mesa siguen aguardando la resolución del fallo ante el recurso judicial que interpusieron en EEUU y la denuncia que la UE presentó ante la OMC.

«Nada de esto tiene resultados prácticos a corto plazo, por lo que seguimos confiando en que se llegue a una solución negociada» entre las partes, sostiene el responsable de la asociación.



## PROMOCIÓN EXTERIOR

A pesar de los escollos comerciales y las interrupciones causadas por la pandemia, el sector mantiene los esfuerzos por promocionarse en EEUU, donde confían en recuperar el terreno perdido, y en la India, China, Japón y otros países del Sudeste Asiático.

Introducir la aceituna en nuevos mercados como estos últimos es complicado, puesto que generalmente se compra en aquellos países productores en los que la población conoce el producto o los inmigrantes proceden de países donde se consume.

Por eso sus estrategias se centran en Asia a largo plazo, mientras la aceituna de mesa sigue funcionando «muy bien» en mercados maduros como Portugal, Italia, Francia, Alemania o el Reino Unido.

En España, De Mora resalta que el consumo en los hogares creció en 2020 por el confinamiento y el cierre de la hostelería, sin que hubiera un descenso importante a nivel nacional, ya que la aceituna «es un producto muy versátil y de gran consumo en las familias».

Lien article : <https://agroinformacion.com/la-aceituna-espanola-de-mesa-se-topa-con-el-caos-pospandemia-en-su-salida-al-exterior-con-anulacion-de-contratos-y-la-subida-de-costes/>