

Aranceles a la aceituna negra: un negro panorama



Por: Juan Herrera.

A finales del mes julio se cumplieron los peores pronósticos, y la Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos (ITC) confirmó la aplicación de unos aranceles medios del 34,79% a la importación de aceituna negra española, al considerar que la industria americana se estaba viendo perjudicada por la entrada de producto a menor precio, como consecuencia de las ayudas y subvenciones de la Unión Europea.

Las consecuencias son evidentes. Se calculan pérdidas de hasta 70 millones de euros anuales, y 8.000 empleos directos, y el sector ya acumula un descenso de las exportaciones, en los cinco primeros meses de este año, del 41%, pasando de 12,1 millones de kilos a poco más de siete millones. A ello hay que sumar que el espacio que ocupaba la aceituna negra española, la cual suponía el 68,5% de las importaciones estadounidenses, ya empieza a ser copado por otros países competidores, como Marruecos, Egipto o Turquía, principales beneficiados del ataque

frontal contra la aceituna 'made in Spain'.

Desde la Administración española califican los aranceles de "inaceptables e injustos", mientras que Bruselas ya ha anunciado ayudas por valor de 2,5 millones de euros en 2019, sin descartar la aplicación de medidas adicionales en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Sin embargo, y aunque la Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceituna de Mesa (Asemesa) también inició a finales de agosto el trámite legal contra la subida de tasas del Gobierno americano, el propio sector es consciente de que difícilmente prosperará algún recurso y que en ningún caso Estados Unidos dará marcha atrás.

No obstante, de nada sirve continuar lamiéndose las heridas; toca mirar hacia delante y buscar soluciones, que, por supuesto, no serán fáciles.

De momento, el principal objetivo es abrir nuevos destinos de exportación y ampliar aquellos en los que ya se está presente. En este sentido, las grandes empresas del sector como Agro Sevilla, Aceitunas Guadalquivir o Ángel Camacho, pretenden compensar la pérdida del mercado americano con un incremento de las ventas en los países árabes, así como en Italia o Rusia, destinos estratégicos. Y complicados.



También es momento de apostar por la dimensión comercial, para ser más fuertes en los mercados, e impulsar la innovación aplicada al sector, a fin de ofrecer nuevos usos a las producciones, desarrollar nuevos formatos y generar un mayor valor añadido a los productos. Aunque tampoco resultará una tarea fácil.

En materia de pactos comerciales estratégicos es Dcoop quien ha tomado la delantera. La cooperativa andaluza adquirió recientemente, a través de su filial estadounidense Pompeian, el 20% de la firma californiana Bell Carter, uno de las entidades de referencia en el mercado americano. Una compra de enorme relevancia pues, tras el acuerdo, Dcoop no solo se convierte en el principal suministrador de aceituna negra y verde para Bell Carter y gana peso en un mercado de enorme potencial, sino que evita, a través de este movimiento, sufrir los referidos

aranceles americanos.

El aceite, respira. De momento

Hasta la fecha, el que parece respirar aliviado es el aceite de oliva. El pacto de no agresión firmado recientemente entre la Unión Europea y Estados Unidos para evitar la guerra comercial tranquiliza a un sector que temía un posible contagio. Donald Trump parece haber pisado el pedal de freno en su política arancelaria; eso, sí, habiéndose llevado por delante a la aceituna negra, que le ha servido de banco de pruebas en su estrategia de atacar a los productos europeos con apoyo de la Política Agraria Común.

Es más, de momento, los aranceles de Estados Unidos a la importación de aceitunas españolas se han quedado fuera de las discusiones comerciales entre Bruselas y Washington.

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR:

??[Aranceles a la aceituna negra: un negro panorama](#)

??[Clara Aguilera: “La Comisión Europea confirma ayudas para la aceituna española”](#)