

El mercado del aceite de oliva en México

El mercado del aceite de oliva en México

Esta nota ha sido elaborada por Álvaro del Palacio Blanco bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México

Septiembre 2011

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| CONCLUSIONES | 4 |
| I. DEFINICION DEL SECTOR | 6 |
| 1. Delimitación del sector | 6 |
| 2. Clasificación arancelaria | 7 |
| II. OFERTA | 8 |
| 1. Tamaño del mercado | 8 |
| 2. Producción local | 9 |
| 3. Importaciones | 10 |
| III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA | 16 |
| 1. TENDENCIAS DEL MERCADO | 16 |
| 2. PERCEPCIÓN DEL MERCADO | 22 |
| IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN | 25 |
| V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL | 27 |
| VI. DISTRIBUCIÓN | 28 |
| VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO | 30 |
| VIII. ANEXOS | 32 |
| 1. Ferias | 32 |
| 2. Publicaciones del sector | 33 |
| 3. DIRECCIONES DE INTERÉS | 33 |

CONCLUSIONES

El mercado del aceite de oliva en México es un mercado en crecimiento donde la producción local es prácticamente inexistente y las importaciones cubren el total del consumo de aceite de oliva en el país. En todo caso, el volumen de las importaciones españolas se caracteriza por tener una tendencia ascendente a pesar de que en el año 2009 sufrió una ligera reducción, atribuible a la crisis económica mundial que junto a la apreciación del euro, restan competitividad a las exportaciones españolas frente a las pequeñas, pero crecientes, de países como Argentina o Chile. Por otra parte, a partir del 1 de Julio de 2009 el aceite de oliva quedó libre de arancel, el IVA aplicable es cero y se eliminó el sistema de cuotas compensatorias, lo que facilita la importación de este producto en el mercado mexicano.

España es el principal proveedor de aceite de oliva en México, con más de un 70% de las importaciones. Su situación es claramente predominante con respecto a su más directo competidor, Italia, que se encuentra muy lejos en cuanto a cuota de mercado, tanto en volumen, como en valor, siendo las grandes marcas las que copan el mercado.

Además de las grandes marcas de aceite de oliva español, se constata un manifiesto interés por parte de los importadores-distribuidores mexicanos en abrir su oferta a marcas nuevas de aceite de oliva, dirigidas a nichos específicos – tiendas gourmet, restaurantes de gama alta - lo que puede llegar a suponer oportunidades interesantes para las empresas españolas que quieran posicionar su producto en México, aunque no suelen suponer volúmenes de producto significativos.

El consumo de aceite de oliva en México es todavía muy reducido, principalmente porque todavía no existe una cultura del aceite de oliva como pueda haber en los países de la Unión Europea, especialmente los más afines a la dieta mediterránea, y porque la percepción del mismo en el mercado mexicano es de un producto caro. Sin embargo, el consumo de aceite de oliva ha crecido en los últimos años gracias al mayor conocimiento de sus usos, propiedades y beneficios para la salud de la población mexicana.

El aceite de oliva tiene dos competidores claros: por un lado los aceites vegetales (maíz, soja, girasol) que son los principales aceites de consumo con la dieta mexicana, y con precios sustancialmente menores al aceite de oliva; hay que tener en cuenta que éste es un mercado muy sensible al precio, por lo que cambios en los mismos, implican grandes variaciones en la compra de un tipo de aceite u otro. Por otro lado, y aún teniendo en cuenta el liderazgo del aceite de oliva español, el segundo competidor son los aceites de oliva de otros países,

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

sobre todo el italiano, pero también los provenientes de los países de América del Sur (Chile y Argentina, principalmente).

Existen dos tipos de importadores, la empresa importadora como tal y las grandes superficies, que en ocasiones importan directamente los productos cuando son de alta rotación. En el caso del aceite de oliva, nos encontramos con ambos tipos de importadores y canales de distribución: el importador-distribuidor que comercializa el producto en todos los nichos (grandes superficies, tiendas gourmet y canal Horeca, hoteles y restaurantes) así como la gran superficie, que considera atractivo importar el aceite de oliva (generalmente con marca propia) por la rotación que puede llegar a tener el producto. Esta rotación se consigue no sólo por la compra por parte del consumidor final, sino porque muchos restaurantes y hoteles acuden a las grandes superficies para realizar la compra del aceite de oliva (en formatos de mayor volumen y generalmente la marca blanca, pues el precio es el factor decisivo a la hora de comprar en este canal).

El principal cliente final de este producto es un segmento poblacional específico de renta media-alta así como la población española o de ascendencia española, generalmente también con un alto poder adquisitivo, que vive en México.

Hay que tener en cuenta que la imagen que tienen los productos españoles en este mercado, y los productos del sector agroalimentario en particular, se caracteriza por la alta calidad y el reconocimiento por parte del consumidor. Por ello, el aceite de oliva español en México está introducido en todos los canales de distribución alimentaria. Goza de gran reconocimiento y de gran prestigio entre los consumidores mexicanos, lo que ayuda de manera muy significativa a la entrada de nuevas marcas españolas en este mercado.

Desde el año 2009, el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), la Interprofesional del Aceite de Oliva de España, Asoliva, Extenda e IPEX en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de México han financiado campañas para promocionar el Aceite de Oliva de España en este mercado: para difundir la calidad, usos y beneficios que tiene para la salud el aceite de oliva. Esto unido al incremento en el interés de los mexicanos por la buena cocina gourmet y también por seguir dietas saludables, donde el aceite de oliva es un elemento fundamental en ambos casos, están propiciando el inicio de una cultura del aceite de oliva en México.

I ■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La presente nota tiene como objeto el aceite de oliva en tres de sus presentaciones aptas para el consumo humano: aceite de oliva, aceite de oliva virgen y virgen extra. El término “virgen” indica que el aceite se ha obtenido directamente del fruto del olivo por procedimientos mecánicos (lavado, molturación, centrifugado o presión, decantación y/o filtración) y no ha recibido tratamiento posterior. El aceite se denomina aceite de oliva virgen cuando tiene una acidez menor a 2 grados. Si la acidez es menor a 0,8°, se clasifica como aceite de oliva virgen extra, que es el de mejor calidad. Si, por el contrario, el grado de acidez es demasiado alto (igual o superior a 3 grados), se considera como aceite virgen lampante, no apto para el consumo humano.

Tras el refinado, el aceite virgen lampante se convierte en aceite de oliva refinado, que debe ser mezclado con aceites vírgenes para obtener sabor y color. Esta mezcla es la que se comercializa con el nombre de aceite de oliva y tiene una acidez máxima de 1,5 grados.

Durante el proceso de elaboración del aceite de oliva se obtiene una pasta llamada orujo, a partir de la cual se produce el aceite de orujo de oliva. Éste se puede sub-clasificar también en diferentes tipos en función de su pureza, pero su presencia en el mercado mexicano es mínima.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

En la presente nota vamos a analizar el aceite de oliva bajo el sistema armonizado (Harmonized System, HS) que coincide en sus seis primeros dígitos con el código arancelario utilizado en Europa.

15 GRASAS Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO; GRASAS ALIMENTICIAS ELABORADAS; CERAS DE ORIGEN ANIMAL O VEGETAL.

15.09 Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente.

15.09.10 Virgen

15.09.10.01 En carro-tanque o buque-tanque.

15.09.10.99 Los demás.

15.09.90 Los demás

15.09.90.01 Refinado en carro-tanque o buque-tanque.

15.09.90.02 Refinado cuyo peso, incluido el envase inmediato, sea menor de 50 kilogramos.

15.09.90.99 Los demás.

II. OFERTA

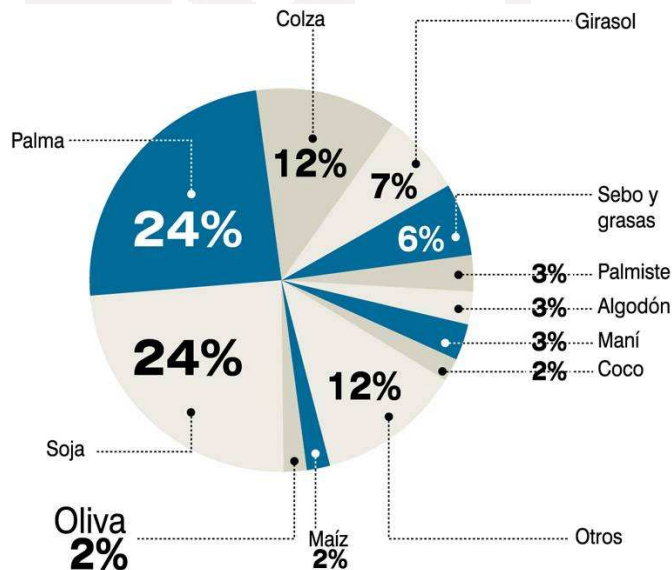
1. TAMAÑO DEL MERCADO

A continuación se recoge el consumo mundial (en volumen) de aceite en 2009 por tipos de aceite. El aceite de palma y el de soja, ocupan el 48% del total del consumo mundial.

El aceite de colza representa un porcentaje menor (12%) y ocupa la tercera posición en cuanto a cuota de mercado.

El aceite de oliva solamente ocupa el 2% del total. En precio es superior al resto de los aceites mencionados, por lo que su medición en volumen es baja respecto a su medición en valor. Su consumo está todavía por detrás de los otros tipos de aceites, sobre todo, en países fuera de la Unión Europea donde la cultura y el conocimiento de las propiedades del mismo son escasos.

GRÁFICO I: CONSUMO MUNDIAL DE ACEITE DE OLIVA POR ORIGEN EN VOLUMEN 2009



Fuente: Consejo Oleícola Internacional 2009

La producción mexicana de aceite de oliva ha sido históricamente muy baja, con 2500 toneladas producidas en los años 2002 a 2005. La producción es tan pequeña que incluso el Instituto Nacional de Estadística de México (INEGI) ha dejado de otorgar al aceite de oliva una partida propia a la hora de cuantificar su producción y en este momento la producción de aceite de oliva se encuentra recogida dentro de la partida "Otros aceites y mezclas de aceites comestibles".

De esta manera se puede considerar el tamaño del mercado como equivalente a las importaciones de aceite de oliva del país.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

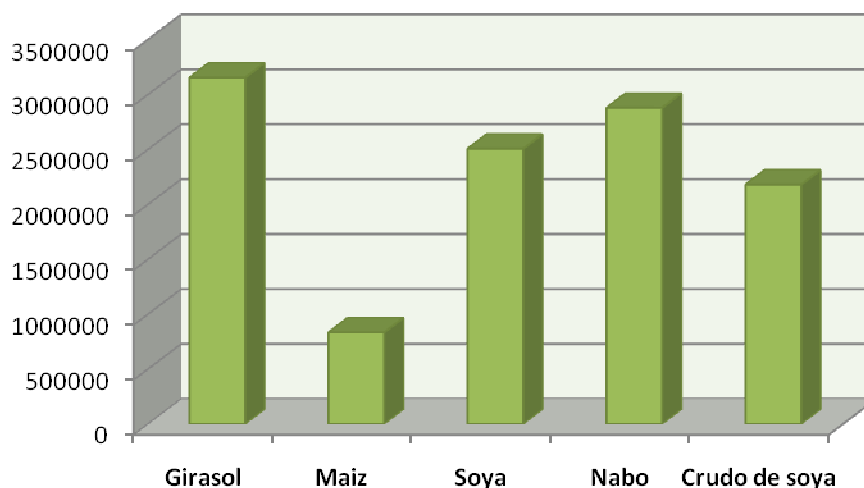
2. PRODUCCIÓN LOCAL

Los pocos productores nacionales se encuentran en la zona de Baja California, región fronteriza con EE.UU., pero su producción, incluso para el mercado nacional, resulta insignificante y tan sólo se comercializa en sus zonas de producción.

Los principales problemas que a los que se enfrenta el cultivo del olivo en México son el clima, la mala labor de los cultivos y la presencia de plagas, entre otros.

México es un gran productor de otro tipo de aceites vegetales, como cártamo, girasol, soja, nabo o maíz y otro tipo de aceites y mezclas comestibles. Especialmente este último grupo, las mezclas de aceites vegetales, constituyen un formato de venta con bastante aceptación en el mercado mexicano y de uso más común, y también de menor precio, que los aceites puros para la gran mayoría de los consumidores mexicanos.

GRÁFICO II: PRODUCCIÓN DE OTROS ACEITES ELABORADOS EN MÉXICO EN MILES DE PESOS EN 2009:



Fuente: Inegi (Instituto nacional de estadística mexicano)

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

3. IMPORTACIONES

En cuanto a las importaciones de aceite de oliva cabe diferenciar entre las de aceite de oliva virgen y los demás. El primero resulta un producto de consumo relativamente diferente a otros existentes en el mercado mexicano. El segundo entra en competencia directa con los otros aceites vegetales producidos en México.

El aceite de oliva virgen no se considera un producto sustitutivo de los aceites vegetales que se producen en México. Sin embargo, los demás aceites de oliva son competidores directos de los aceites mexicanos. España exporta más cantidad de aceite de oliva virgen a México que del resto.

A continuación se exponen los datos de importación general de aceite de oliva en México:

TABLA I: IMPORTACIONES POR TIPO DE ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO (Millones de USD).

| Partida | Descripción | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | %Cambio 09-10 |
|---------|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 150910 | Virgen | 27,54 | 41,58 | 38,24 | 38,16 | 30,40 | 33,57 | 10,40% |
| 150990 | Los demás | 10,96 | 13,82 | 15,72 | 13,43 | 9,27 | 11,78 | 13,77% |

Fuente: World Trade Atlas

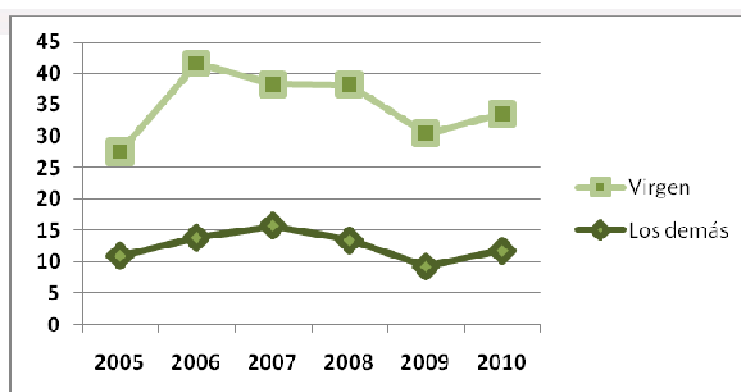
En la siguiente tabla se analizan las importaciones generales de aceite de oliva por volumen:

TABLA II: IMPORTACIONES POR TIPO DE ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO (Millones de Kg)

| Partida | Descripción | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | %Cambio 09-10 |
|---------|-------------|------|------|------|------|------|------|---------------|
| 150910 | Virgen | 6,27 | 7,84 | 7,62 | 7,27 | 6,79 | 7,71 | 13,56% |
| 150990 | Los demás | 2,41 | 2,40 | 3,09 | 2,52 | 2,02 | 2,80 | 38,34% |

Fuente: World Trade Atlas

GRÁFICO III: GRÁFICO COMPARATIVO DEL VALOR DE LAS IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y LOS DEMÁS ACEITES DE OLIVA: (Millones de USD)



Fuente: World Trade Atlas

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

No existe una tendencia clara en cuanto a la evolución de las importaciones tanto de aceite de oliva virgen como de los demás aceites de oliva. No obstante, se puede deducir que desde 2005 es un mercado en crecimiento frenado por la crisis económica mundial y que se recuperó en 2010, aunque sin llegar a alcanzar valores del 2008 en dólares, pero sí en Kg, lo que quiere decir que se está importando aceite más barato.

Una vez analizado el tamaño del mercado de las importaciones de aceite de oliva, se analizará por separado la partida de “Virgen” y la partida de “los demás”.

- VIRGEN

Dentro del aceite de oliva virgen, de la partida 15.09.10, se puede ver la procedencia de dichas importaciones en el mercado mexicano:

TABLA III: IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN (15.09.10) POR PAÍS

| País exportador | Millones de dólares | | | % Cuota | | | % Cambio |
|------------------|---------------------|-------|-------|---------|--------|--------|-----------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2008 | 2009 | 2010 | 2010/2009 |
| Mundo | 38,16 | 30,40 | 33,57 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 10.40 |
| España | 28,81 | 23,32 | 25,78 | 75.50 | 76.72 | 76.81 | 10.53 |
| Italia | 8,16 | 6,62 | 6,99 | 21.40 | 21.78 | 20.84 | 5.61 |
| Chile | 0,20 | 0,14 | 0,42 | 0.53 | 0.48 | 1.26 | 187.68 |
| Argentina | 0,88 | 0,20 | 0,21 | 2.33 | 0.67 | 0.64 | 5.93 |

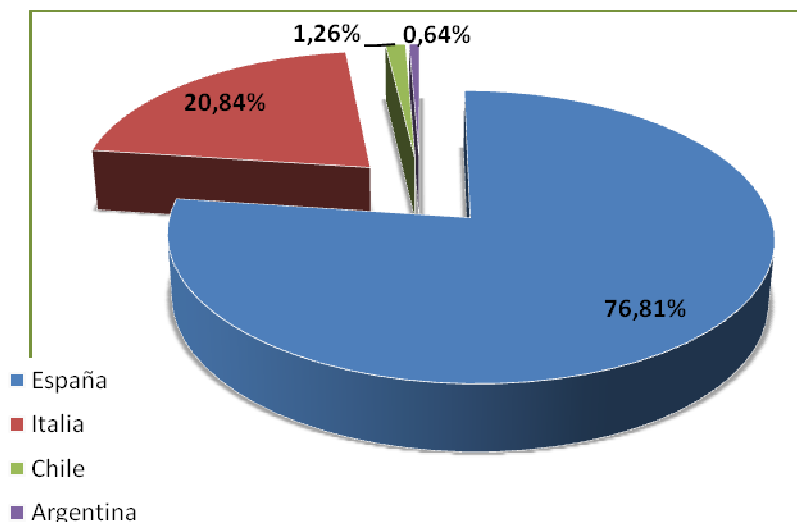
Fuente: World Trade Atlas

España es el principal proveedor de aceite de oliva virgen a México con una cuota de mercado en 2010 del 76,81%, Italia ocupa la segunda posición muy por detrás de España con una cuota del 20,84% y Chile la tercera ya con una cuota muy baja del 1,26%.

En cuanto a los valores absolutos, el valor de las importaciones provenientes de España en 2010 es de 25,78 Millones de dólares, con un incremento respecto a 2009 del 10,40%. Sin embargo, en 2009, España, al igual del resto de los países excepto Chile, disminuyó el valor de sus exportaciones un 20% debido principalmente a la crisis económica mundial y también y en menor incidencia a la apreciación del euro que hace menos competitivos en precio los productos europeos, especialmente en este mercado tan sensible a los precios. En 2010, como ya se ha mencionado, se produce una recuperación del valor de las exportaciones de aceite de oliva español sin recuperar los valores de 2008.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

GRÁFICO IV: CUOTAS DE MERCADO EN VALOR POR PAÍSES DE LAS IMPORTACIONES A MÉXICO EN 2010:



Si se analizan por volumen:

TABLA IV: IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN (15.09.10) POR PAÍS (Kilogramos)

| País Exportador | Ud. | Cantidad en Miles de Kg | | | % Cuota | | | % Cambio |
|-----------------|-----|-------------------------|-------|-------|---------|--------|--------|-----------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | 2008 | 2009 | 2010 | 2010/2009 |
| Mundo | KG | 7.271 | 6.793 | 7.714 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 13.56 |
| España | KG | 5.651 | 5.403 | 6.162 | 77.72 | 79.54 | 79.88 | 14.04 |
| Italia | KG | 1.384 | 1.297 | 1.405 | 19.04 | 19.10 | 18.22 | 8.32 |
| Chile | KG | 37 | 24 | 60 | 0.51 | 0.36 | 0.78 | 147.93 |
| Argentina | KG | 175 | 39 | 51 | 2.41 | 0.59 | 0.67 | 28.55 |

Fuente: World Trade Atlas

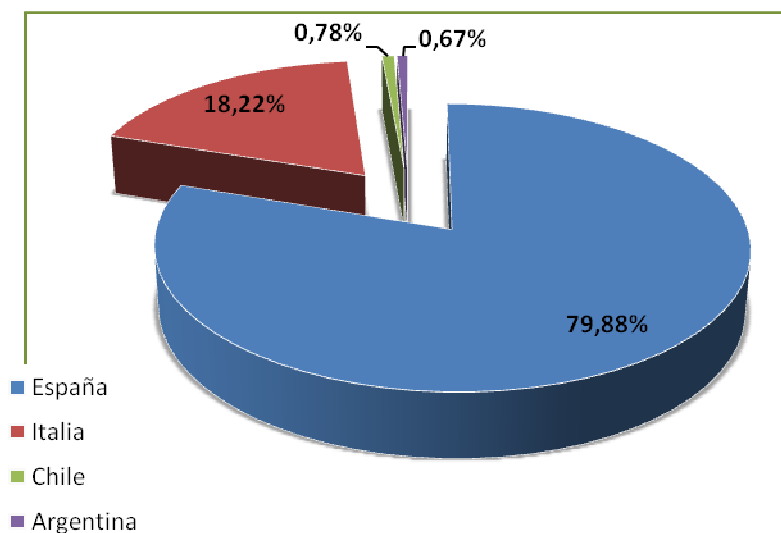
Al igual que pasa con las importaciones en valor, España es el principal proveedor de aceite de oliva virgen en Kg con un total de 7,7 Millones de Toneladas.

En cuanto a la evolución de las importaciones en volumen, España creció un 14,04% en 2010 respecto al 2009. Esto supone un incremento superior a la evolución mundial en un 0,48%. Al contrario que las importaciones en valor, en volumen, 2010 supera a 2008, por lo tanto se trata de aceites de oliva más baratos.

En cuanto a la cuota de mercado en volumen, España supone el 79,88% del volumen importado a México.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

GRÁFICO V: CUOTAS DE MERCADO DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN (15.09.10) EN KG POR PAÍSES DE LAS IMPORTACIONES A MÉXICO EN 2010:



De las tablas III y IV y en sus respectivos gráficos, se pueden sacar las siguientes conclusiones:

España es líder en el mercado mexicano.

La cuota de mercado en volumen es mayor que la cuota de mercado en valor, lo que hace suponer que el aceite de oliva virgen proveniente de España es relativamente más barato que el proveniente de otros países.

España exporta en mayor cantidad en 2010 que en 2008. Sin embargo, en menor valor en 2010 que en 2008, lo que indica una bajada en los precios debido a múltiples factores como, por ejemplo, una cierta sobreproducción en España gracias a nuevas tecnologías aplicadas al cultivo.

- LOS DEMÁS ACEITES DE OLIVA (partida 15.09.90)

Para los demás aceites de oliva, de la partida 15.09.90, la procedencia de dichas importaciones en el mercado mexicano son:

TABLA V: IMPORTACIONES DE LOS DEMÁS ACEITES DE OLIVA (15.09.90) POR PAÍS

| País exportador | Miles de dólares | | | % Cuota | | | % Cambio |
|------------------|------------------|-------|--------|---------|--------|--------|-----------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2008 | 2009 | 2010 | 2010/2009 |
| Mundo | 13.431 | 9.271 | 11.777 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 27.02 |
| España | 10.351 | 6.884 | 9.283 | 77.07 | 74.25 | 78.83 | 34.85 |
| Italia | 2.167 | 1.720 | 1.807 | 16.14 | 18.55 | 15.35 | 5.06 |
| EE.UU | 831 | 643 | 644 | 6.19 | 6.94 | 5.48 | 0.23 |
| Argentina | 34 | 15 | 22 | 0.26 | 0.17 | 0.19 | 45.60 |
| Túnez | 1,93 | 2,15 | 11 | 0.01 | 0.02 | 0.10 | 454.66 |

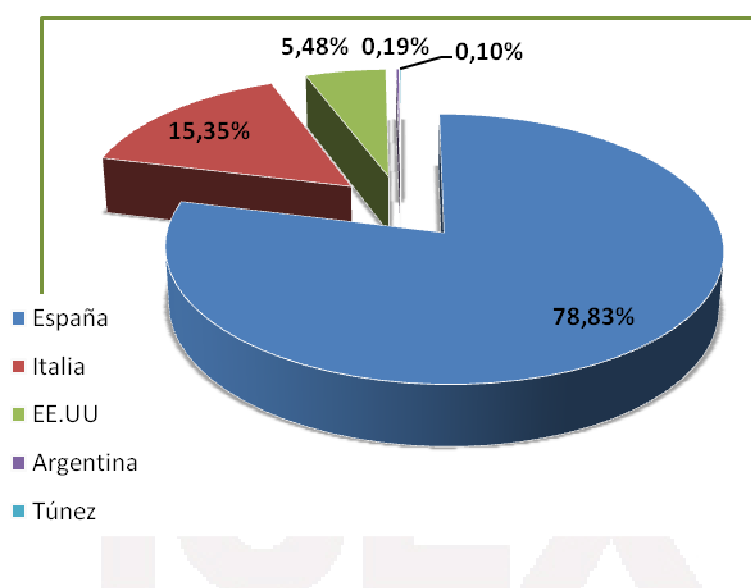
Fuente: World Trade Atlas

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

España también está a la cabeza en la exportación de los demás aceites de oliva a México con un total de 9,28 Millones de dólares y una cuota de mercado del 78,83%, Italia le sigue en la segunda posición con una cuota del 15,35% y EE.UU aparece en esta partida con una cuota del 5,48%.

En cuanto a la evolución de las importaciones, hay una caída en 2009 y un aumento en 2010 recuperando poco a poco valores del 2008 aunque todavía no llega a estos.

GRÁFICO VI: IMPORTACIONES DE LA PARTIDA 15.09.90 POR PAÍS DEL VALOR DE LAS IMPORTACIONES A MÉXICO 2010



Si analizamos las importaciones en volumen de los demás aceites de oliva, observamos que España también es líder (2,25 miles de Kgs), representando un 80,48% del total:

TABLA VI: IMPORTACIONES DE LOS DEMÁS ACEITES DE OLIVA (15.09.90) POR PAÍS (En Kg).

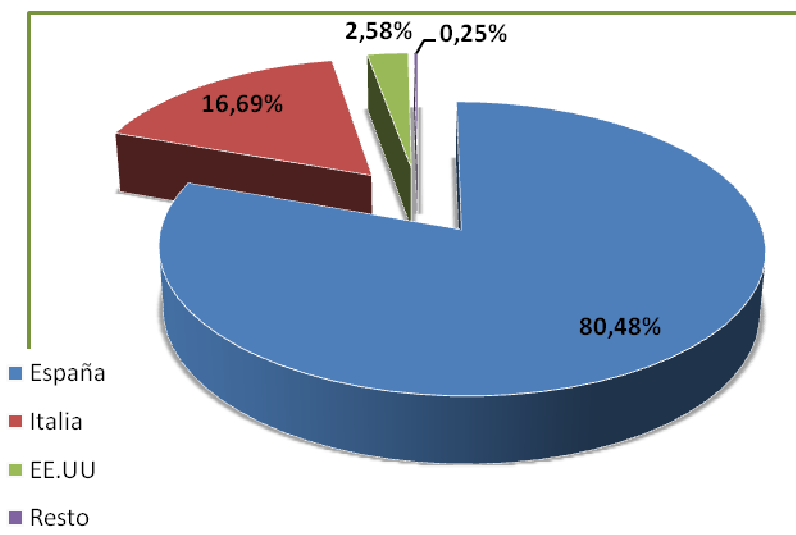
| País exportador | Ud. | Cantidad en miles de Kg | | | % Cuota | | | % Cambio |
|------------------|-----|-------------------------|-------|-------|---------|--------|--------|-----------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | 2008 | 2009 | 2010 | 2010/2009 |
| Mundo | KG | 2.519 | 2.023 | 2.799 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 38.34 |
| España | KG | 1.988 | 1.549 | 2.252 | 78.93 | 76.56 | 80.48 | 45.41 |
| Italia | KG | 425 | 404 | 467 | 16.87 | 20.00 | 16.69 | 15.48 |
| EE.UU | KG | 87 | 66 | 72 | 3.49 | 3.27 | 2.58 | 9.14 |
| Túnez | KG | 0,167 | 0,307 | 2,90 | 0.01 | 0.02 | 0.10 | 847.23 |
| Argentina | KG | 5,20 | 2,40 | 2,60 | 0.21 | 0.12 | 0.09 | 8.33 |

Fuente: World Trade Atlas

En cuanto a la evolución, en 2010 España ha incrementado un 45,41% el total de Kg exportados a México, superando los valores de 2008.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

GRÁFICO VII: IMPORTACIONES DE LOS DEMÁS ACEITES DE OLIVA (15.09.90) POR PAÍS DEL VOLUMEN DE LAS IMPORTACIONES A MÉXICO 2010



En las tablas V y VI se puede ver cómo el crecimiento en valor de los demás aceites de oliva ha sido menor que el crecimiento en volumen, por lo que se deduce que ha habido una disminución en los precios de exportación.

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS DEL MERCADO

1.1. Factores sociodemográficos

México tiene una población estimada de 112 millones de habitantes a cierre de 2010, con datos del último Censo de Población y Vivienda 2010, elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), con una tasa de crecimiento 2005-2010 de 1,8%. De estos 112 millones de habitantes, la mitad son menores de 26 años, por lo que se trata de una población muy joven. Alrededor del 75% de la población se centra en zonas urbanas y aproximadamente una quinta parte de la población vive en la Ciudad de México (Distrito Federal y conurbación).

1.2. Factores económicos

1.2.1. Aspectos generales

La economía mexicana es la decimocuarta más grande del mundo y la segunda mayor de América Latina, por detrás de Brasil. El Producto Interior Bruto (PIB) según el FMI alcanzó los 1.039.121 millones de dólares en 2010, lo que supuso una renta per capita de 9.566 dólares, también con datos estimados del FMI. Esto coloca a México como una nación de renta media y su cifra representa aproximadamente un tercio del ingreso español (el PIB per capita español ascendió a 30.639 USD en el 2010 según el FMI).

México está estratégicamente situado en el norte del continente americano con una frontera de más de 3.000 Km. con EEUU. Es un país perteneciente a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) desde 1994 y uno de los principales destinos para la inversión extranjera en el continente americano.

Por otro lado, México ha ido liberalizando sus relaciones comerciales fundamentalmente desde su adhesión al GATT en 1986. Este grado de apertura se debe, en parte, a los múltiples acuerdos de libre comercio que ha firmado (11 en total), que ofrecen acceso preferen-

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

cial a 43 mercados y a más de 1.000 millones de consumidores, además de los Acuerdos de Complementación o Asociación Económica con países como Brasil, Argentina, Perú y Cuba que favorecen el intercambio comercial. Sin embargo, los tratados de libre comercio más significativos son, sin lugar a dudas, el TLCAN (TLC de América del Norte, NAFTA por sus siglas en inglés) que entró en vigor en 1 de enero de 1994, incrementando considerablemente las exportaciones mexicanas con los países miembros (EE.UU. y Canadá) y el TLC con la Unión Europea, que entró en vigor en 2000. Gracias a este último convenio, el comercio exterior entre México y la UE también ha crecido considerablemente.

Por todo lo anterior México puede considerarse como una economía abierta, con un grado de apertura $(M+X)/PIB$ cercana al 60%.

1.2.2. Coyuntura económica

En la última década, el PIB mexicano se ha expandido a una tasa promedio anual de un 1,8% con importantes altibajos (en el 2006 creció 4,4% y en el 2010 5,5%, pero en el 2009, por ejemplo, decreció un 6,5%). En el lustro posterior a la crisis de 1995, la economía creció a un ritmo promedio de un 5,5% por año.

En el año 2001, la economía de México sufrió un doble golpe: una recesión en Estados Unidos principal mercado para las exportaciones mexicanas, y el acceso de China a la Organización Mundial de Comercio. La combinación de una débil demanda externa y una fuerte competencia de países asiáticos tuvieron como resultado un prolongado periodo de estancamiento. No obstante México se recuperó, y mantuvo un crecimiento constante hasta 2008, año en que comenzó la crisis económica más reciente. Así, en ese año se produjo un deterioro significativo en la situación económica del país por efecto de la crisis global desencadenada en EEUU y cerraba con un reducido crecimiento del 1,3%. El año 2009 no fue mejor, y México estuvo marcado por una fuerte recesión. Las magras políticas contra-cíclicas no lograron contener la caída del empleo ni del PIB, que cerró 2009 con un descenso del 6,5%, el mayor en décadas. Al previsible fuerte impacto que tendría la recesión de EEUU en México, dado el peso de su sector exterior en el PIB y la señalada dependencia del vecino del norte, se unió la caída histórica de más del 20% de los ingresos del petróleo, tanto por el desplome del precio desde su máximo histórico en 2008 como por la caída en la producción (recordamos que México ha tenido y sigue teniendo una gran dependencia respecto a los ingresos derivados del petróleo). El país cerró 2009 con un déficit del 2,3%, el más elevado desde 1990, y una deuda neta del sector público del 30,3% del PIB, la mayor desde 1995, incluyendo la deuda de PEMEX, aunque en niveles inferiores al promedio de la OCDE y con finanzas comparativamente más saneadas. El desempleo alcanzó en septiembre de 2009 también su mayor nivel en 10 años, un 6,41%.

No obstante en México, durante 2010 se consolidó el proceso de reactivación de la actividad que inició a finales de 2009. Hubo una cierta recuperación de los niveles de producción, que fue consecuencia del crecimiento de la economía mundial, en particular, por el de la actividad industrial en Estados Unidos, principal inversor y comprador de los productos mexicanos. Este último impulsó de manera importante a las exportaciones mexicanas, lo cual fue transmitiéndose gradualmente a los componentes del gasto interno. La recuperación de los niveles de exportación, reflejó mayores niveles de utilización de la capacidad instalada de la industria manufacturera, sin embargo, a finales de 2010 los niveles de capacidad utilizada

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

permanecían muy por debajo de los de antes de la crisis. Esto nos hace pensar que la economía mexicana durante 2010, y a pesar de los resultados positivos, continuó operando por debajo de su PIB potencial.

A lo largo del año 2010 el PIB aumentó en términos reales un 4,5% el primer trimestre, un 7,7% el segundo, un 5,3% en el tercero y un 4,6% en el cuarto, lo que nos arroja una cifra anual de 5,5%. La captación de inversiones durante 2010 ascendió a 18.679,3 millones de dólares, cantidad un 22% mayor a la recibida el año anterior (15.333,8 MUSD) aunque lejos de la recibida en 2008 (26.295,4 MUSD) y 2007 (29.734,3 MUSD). Atendiendo a la fuente de la inversión, la IED quedó integrada por 12.020,2 MUSD (64%) de nuevas inversiones, 2.626 MUSD (14%) de reinversión de utilidades y 4.033,1 MUSD (22%) de cuentas entre compañías.

El empleo también experimentó un repunte, y durante 2010 se crearon 730.000 empleos formales. No obstante las tasas de desocupación y subocupación permanecieron en niveles superiores a los prevalecientes durante 2008, es decir, todavía existe una importante masa laboral en condiciones de desempleo o equivalente.

El crecimiento de la actividad económica también se reflejó en una recuperación de las importaciones, aunque a su vez el buen ritmo de expansión de las exportaciones condujo a que los déficits de la balanza comercial y de la cuenta corriente se mantuvieran en niveles reducidos. De hecho, en 2010 el déficit de la cuenta corriente como proporción del PIB alcanzó uno de los niveles más bajos desde 1990.

En este contexto, la inflación general anual durante 2010 en promedio fue menor que la registrada en 2009, habiendo disminuido de 5,31 a 4,16%. La inflación general anual que se registró al final del período (4,4%) también resultó más baja que la proyectada por el Banco de México al inicio del año y fue consecuencia de la apreciación paulatina del tipo de cambio a lo largo de todo 2010, un aumento en los salarios moderado y una ausencia de efectos laterales de la subida impositiva de finales de 2009.

En general puede decirse que aun por debajo de su potencial, la economía mexicana creció a buen ritmo durante 2010. Para 2011 también se auguran buenos niveles: la CEPAL prevé un crecimiento del 4%, aunque inferior a la media de los países de la región (4,2%). La OCDE estima que será del 4,4% y el FMI estima un crecimiento del 4,7%.

Entre las debilidades de la economía mexicana figuran la excesiva dependencia de los EE.UU. y de su ciclo económico, la excesiva concentración de los ingresos presupuestarios en las aportaciones de PEMEX (entre el 30 y el 40% dependiendo del precio internacional del barril), el declive de la producción petrolera en los principales yacimientos actuales (p.e. Cantarell), la amenaza de la competencia china para el sector manufacturero (sobre todo en EE.UU., principal mercado de la exportación mexicana), la baja productividad, la pérdida de competitividad y la persistencia de importantes focos de pobreza y desigualdad.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

En la siguiente Tabla se pueden ver los datos más significativos de la economía mexicana:

| Cuadro 1: PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|--|----------------|-------------|-------------|-------------|
| PIB | | | | |
| PIB (MUSD a precios corrientes) estimación INEGI PIB anual aplicando cambio promedio (1) | 1.086.700 | 934.700 | 875.776 | 1.036.117 |
| PIB (MUSD a precios corrientes) estimación FMI | 1.022.816 | 1.142.629 | 874.903 | 1.039.121 |
| Tasa de variación real (%) | 3,3 | 1,3 | -6,5 | 5,5 |
| Tasa de variación nominal (%) (2) | 6,6 | 8,1 | -2,5 | 10,01 |
| INFLACIÓN | | | | |
| Media anual (%) | 3,9 | 5,1 | 5,31 | 4,16 |
| Fin de período (%) | 3,7 | 6,5 | 3,57 | 4,40 |
| TIPOS DE INTERÉS DE INTERVENCIÓN DEL BANCO CENTRAL | | | | |
| Media anual (%) cetes a 28 días | 7,2 | 7,8 | 5,39 | 4,40 |
| Fin de período (%) cetes a 28 días | 7,4 | 7,9 | 4,51 | 4,45 |
| Tasa de interés interbancaria a un día del Banco de México. Fin de período (3) | n.d. | 8,25 | 4,5 | 4,5 |
| EMPLEO Y TASA DE PARO (INEGI)(4) | | | | |
| Población (x 1.000 habitantes) | 106.129 | 107.012 | 107.550 | 108.396 |
| Población activa (x 1.000 habitantes) | 45.621 | 45.178 | 47.041 | 47.131 |
| % Desempleo sobre población activa | 3,5 | 4,3 | 5,3 | 5,4 |
| DÉFICIT PÚBLICO (5) | | | | |
| % de PIB | Superavit 0,01 | 0,1 | 0,2 | 0,8 |
| DEUDA PÚBLICA | | | | |
| en MUSD (interna + externa) BRUTA | 235.546 | 241.503 | 317.499 | 359.749 |
| en % de PIB (cálculo de la SHCP) | 21,7 | 27 | 32,7 | 32,0 |
| EXPORTACIONES DE BIENES (6) | | | | |
| en MUSD | 271.875,30 | 291.342,50 | 229.783 | 298.473 |
| % variación respecto al período anterior | 8,7 | 7,1 | -21,16 | 29,89 |
| IMPORTACIONES DE BIENES (6) | | | | |
| en MUSD | 281.949,00 | 308.603,20 | 234.385 | 301.482 |

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

| | | | | |
|--|-----------|------------|----------|----------|
| % variación respecto a período anterior | 10,1 | 9,4 | -24,05 | 28,63 |
| SALDO B. COMERCIAL | | | | |
| en MUSD | -10.074 | -17.260,30 | -4.677 | -3.009 |
| en % de PIB (1) aprox. | -0,9 | -1,8 | -0,53 | -0,29 |
| SALDO B. CUENTA CORRIENTE | | | | |
| en MUSD | -8.331,20 | -15.724,80 | -5.238 | -5.626 |
| en % de PIB (1) | -0,8 | -1,4 | -0,6 | -0,54 |
| DEUDA EXTERNA (7) | | | | |
| en MUSD (pública y privada) | 124.432 | 125.233 | 163.801 | 190.144 |
| en % de PIB (cálculo de la SHCP) | 11,3 | 14,5 | 16,9 | 16,9 |
| SERVICIO DE LA DEUDA EXTERNA | | | | |
| en MUSD TOTAL | 25.405 | 26.764 | 46.536 | 33.395 |
| amortizaciones | 18.705 | 20.583 | 41.341 | 28.358 |
| intereses | 6.700 | 6.181 | 5.195 | 5.037 |
| en % de exportaciones de b. y s. | 9,3 | 9,1 | 20,3 | 11,2 |
| RESERVAS INTERNACIONALES | | | | |
| en MUSD | 77.894 | 85.274 | 90.837 | 113.596 |
| en meses de importación de b. y s. aprox. | 3,3 | 3,3 | 4,2 | 4,2 |
| INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA | | | | |
| en MUSD | 29.734,3 | 26.295,4 | 15.338,8 | 18.679,3 |
| TIPO DE CAMBIO FRENTE AL DÓLAR | | | | |
| media anual | 10,9 | 11,15 | 13,50 | 12,62 |
| fin de período | 10,9 | 13,83 | 13,06 | 12,37 |

Fuentes: Datos de empleo (INEGI-ENOE); deuda y finanzas públicas SHCP "Informe sobre la situación económica, finanzas públicas y deuda pública". Datos de Balanza de Pagos, tipo de cambio, tipos de interés y reservas internacionales del Banco de México. Datos de Inversión, Secretaría de Economía.

Notas: (1) Para el PIB en millones de dólares se ha hecho un cálculo con la cifra de PIB anual proporcionada por el INEGI en pesos (13.075.798) aplicando el tipo de cambio promedio para el año 2010 de 12,62 pesos por dólar. Esta cifra es muy similar a la estimación del FMI que también se recoge en la tabla y se acerca más al dato utilizado por el Banco de México para los porcentajes sobre el PIB de los diferentes apartados de la Balanza de Pagos.

(2) La tasa de variación nominal calculada por el INEGI, resultado de la variación del PIB real (5,5%) y del "Índice de Precios Implícitos del Producto" (4,4%).

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

(3) El Banco de México utiliza, oficialmente, desde el 21 de enero de 2008, un nivel objetivo para los tipos de interés de financiación interbancaria como instrumento de política monetaria en sustitución de “el corto” (saldo objetivo diario para las cuentas corrientes de la banca en el banco central) utilizado hasta ese momento.

(4) Las cifras calculadas por el INEGI para ocupación y empleo, están basadas en las estimaciones de población de la CONAPO (con base en los resultados del Censo de Población y Vivienda 2005), que difieren de los últimos resultados del Censo de Población y Vivienda 2010 (donde la población asciende a 112.336.538 personas). Los datos sobre ocupación y empleo con base a los resultados del Censo de Población y Vivienda 2010 en la actualidad no están disponibles. Por este mismo motivo y por no confundir con los datos, el INEGI no ha sacado datos absolutos de población activa del IV trimestre de 2010 ni I trimestre de 2011, por ello en el cuadro está reflejada la población activa a III trimestre de 2010.

(5) La cifra de déficit público que se maneja incluyendo la deuda de PEMEX en el 2010, es del 2,8%.

(6) Los datos de exportación e importación consignados en la tabla corresponden con los datos de la Balanza de Pagos del Banco de México y difieren ligeramente de los datos de ProMéxico que se utilizan para el desglose por países y productos de la balanza comercial.

(7) Deuda externa: datos de la SHCP.

Última actualización: junio de 2011

1.2.3. Expectativas económicas para el año 2011

Las previsiones para el año 2011 son en general positivas. No obstante no debemos olvidar que la recuperación total de la economía mexicana está siempre supeditada a la recuperación de la economía estadounidense, y a la demanda de productos mexicanos (recordemos que la economía mexicana exporta aproximadamente una cuarta parte de su PIB a EEUU, su principal socio comercial), por lo tanto, el crecimiento económico estará sustentado en un mayor volumen de las exportaciones de manufacturas dirigidas principalmente a EEUU. El sector privado por su parte, advierte que si se produjese una segunda crisis en la economía estadounidense como auguran los más pesimistas, eso pondría en peligro todos los buenos pronósticos para México. No obstante a lo largo de 2010 se ha producido una reactivación del sector industrial mexicano, tal y como hemos visto, y parece que éste va a continuar durante 2011.

Durante los primeros meses del año 2011 ha reinado el optimismo y algunos organismos tanto nacionales como internacionales han venido corrigiendo al alza las estimaciones de crecimiento para este año. La Secretaría de Hacienda estima un 4,4% de crecimiento del PIB a cierre de año y un 4,6% en el primer trimestre. El Banco de México ajustó su rango de crecimiento del 3,8%-4,8% inicial, al 4%-5%. En el caso del FMI la estimación sube al 4,7% de crecimiento anual frente al 4,0% inicial.

Distribución de la renta disponible

El indicador más fiable disponible sobre la distribución de la renta en México es la “Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares” que elabora el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). La última encuesta recoge datos de 2010 y ha sido publicada en el 2011.

En esta encuesta se aprecia claramente que las diferencias en los niveles de ingresos y gastos entre deciles de población son muy notorias. Los deciles I al VI (el 60% de los hogares con menores ingresos) concentraron sólo el 28,4% del ingreso frente al 33,9% que recibe el decil X (10%), el de mayores ingresos. No obstante parece que la distribución de la renta ha mejorado desde 2008, bajando la concentración de ingresos en el decil X y aumentando en

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

los deciles del I al VI. No obstante aun siguen existiendo grandes disparidades y desequilibrios tal y como puede observarse en la tabla adjunta.

Distribución del ingreso corriente total trimestral, en deciles de hogares.

| Decil | 2000 | 2002 | 2004 | 2005 | 2006 | 2008 | 2010 |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Decil I al VI | 25,3 | 27,0 | 26,9 | 26,7 | 27,6 | 26,7 | 28,4 |
| Decil VII al IX | 36,1 | 37,4 | 36,9 | 36,8 | 36,7 | 37,0 | 37,7 |
| Decil X | 28,6 | 35,6 | 36,2 | 36,5 | 35,7 | 36,3 | 33,9 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2010.

<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/Encuestas/Hogares/regulares/Enigh/default.aspx>

El índice de GINI también nos ofrece una medida de esa desigualdad (*). En el caso de México, en el 2010 este indicador se sitúa en el 43,5% habiendo descendido ligeramente desde 2008 (45,6%) pero muy lejos de una distribución equilibrada si tenemos en cuenta que cuanto más cercano a cero sea el índice mejor es la distribución del ingreso.

2. PERCEPCIÓN DEL MERCADO

El consumo per cápita de aceite de oliva en México es pequeño porque no forma parte de la gastronomía tradicionalmente mexicana; en cambio, otros aceites comestibles tanto vegetales como animales sí son utilizados en la gran mayoría de sus guisos.

El aceite en México se utiliza principalmente para freír, mientras que su consumo en crudo para platos como pueden ser las ensaladas es más bien escaso. El consumo en crudo es sustituido por salsas u otro tipo de aderezos ya preparados más cerca del estilo de dieta de Estados Unidos que de la dieta mediterránea.

El consumo per cápita de aceite de oliva en México está en torno a los 0,086 kg en 2008, (crecimiento del 21,5% respecto al 2007) mientras que en España e Italia es de aproximadamente 12 kg. anuales. Ante esta cifra, cabe recordar que México es un país con 112 millones de habitantes, por lo que el consumo per cápita es bajo. Sin embargo, debido a las grandes diferencias sociales y a la escasez de clase media, los consumidores potenciales representan alrededor del 30% del total de la población. Considerando este 30%, el consumo per cápita de esta población sería de 0,29 Kg. No obstante, sigue muy lejos de los 12 Kg anuales que se consumen en España e Italia.



El 90% del consumo nacional de aceite en la cocina mexicana se centra en el aceite de girasol, soja, cártamo y nabo.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

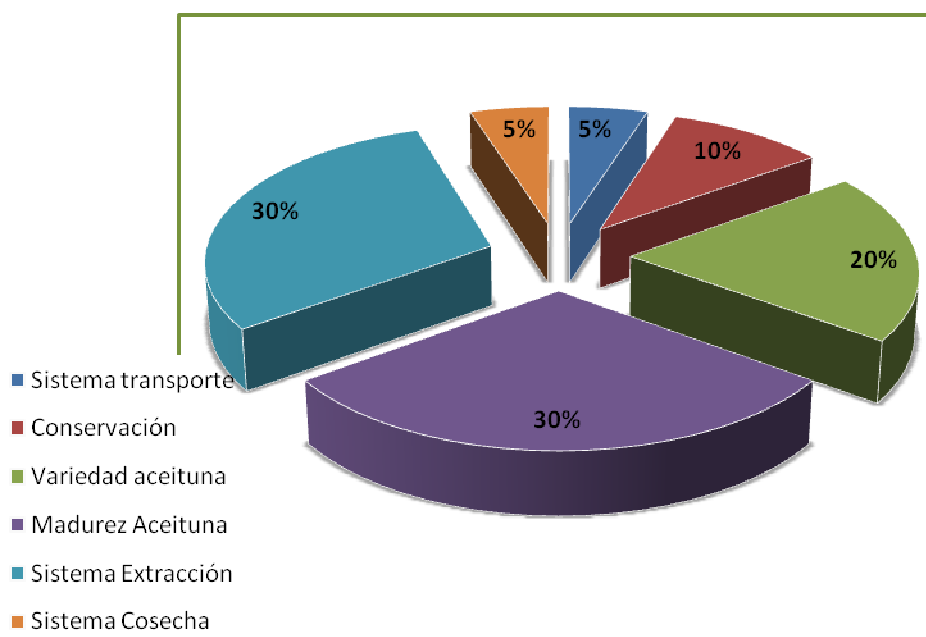
El importante y creciente número de restaurantes de comida francesa, italiana y española, dieta mediterránea, y la importante industria turística y hotelera, frecuentada por extranjeros y clase alta mexicana influye positivamente en la utilización y consumo de aceite de oliva en este tipo de establecimientos. Actualmente, se da un creciente interés por las propiedades saludables del aceite de oliva respecto a las otras variedades. En el mercado mexicano se comercializa tanto aceite de oliva virgen como los demás tipos de aceite de oliva, si bien existe una cierta confusión entre los consumidores entre unos y otros tipos de aceites de oliva.

Entre los distintos aceites vegetales presentes habitualmente en el mercado internacional, el aceite de oliva es el único que se obtiene de un fruto fresco, la aceituna, fruto del olivo. Su alto valor gastronómico y sus beneficiosos efectos para la salud, contrastados por múltiples estudios científicos, han convertido al aceite de oliva en una de las grasas vegetales más apreciadas en todo el mundo.

La calidad del aroma y sabor del aceite de oliva virgen depende de la variedad o variedades de aceituna empleadas en su elaboración, de la climatología y calidad del suelo así como de un cuidadoso proceso de recolección y elaboración. En España existen una gran diversidad de climas y microclimas, producto de su accidentada orografía y diferentes tipos de suelo.

Estos factores geográficos unidos a la gran cantidad de variedades autóctonas de aceituna que existen y a la moderna infraestructura de cultivo y producción, permiten que los aceites de oliva vírgenes españoles presenten una variedad de aromas y sabores amplísima que no se da en ningún otro país productor.

GRÁFICO VIII: FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA CALIDAD DEL ACEITE DE OLIVA



Fuente: pequeoliva.com

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

Se puede afirmar que el 60% de la calidad medible de un aceite de oliva virgen se debe a los factores agronómicos como un olivar sano (sin plagas o enfermedades): la madurez de la aceituna (30%), la variedad (20%), el sistema de recolección (5%), y el sistema de transporte (5%).

El posicionamiento que tiene el aceite de oliva entre los consumidores mexicanos es el de un producto saludable, excelente para ensaladas y caro (comparado con el resto de aceites comestibles), ya que el precio del aceite de oliva puede llegar a ser 10 veces superior al de algunos aceites vegetales.

No existe ninguna marca líder en el mercado. No obstante, las marcas con mayor presencia y consumo son: Carbonell, Ybarra, Borges y Carapelli. También es importante destacar que las marcas blancas de las grandes superficies compiten claramente con las marcas más tradicionales, especialmente en la venta de producto para canal Horeca, tanto por formato de presentación de mayor volumen como por el precio.

Aunque el aceite de oliva es percibido como un producto de precio alto, se estima que a medida que el consumidor mexicano sea más consciente de la necesidad de una alimentación sana, este producto pasará a ser considerado como un producto de volumen por las grandes cadenas de supermercados, y su demanda crecerá.

México está entre los primeros países del mundo con población obesa y el primero en obesidad infantil, situación que las autoridades sanitarias mexicanas están intentando combatir por todos los medios. El hincapié en una alimentación sana supone, por tanto, una oportunidad para la promoción del consumo de aceite de oliva en el país.

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

El precio del aceite de oliva es notablemente superior al de los demás aceites comestibles utilizados en la cocina mexicana. La mayoría de los aceites de oliva presentes en México son españoles e Italianos, su forma de presentación es variada y en formatos no estandarizados. Sirvan como ejemplo las siguientes marcas, formatos y precios:

| PRODUCTO | MARCA | ORIGEN | TAMAÑO | PESOS/LITRO |
|---|--------------|-----------|---------|---------------|
| Canola | 1.2.3 | Mexico | 1 L. | 27,10 |
| Canola | Harvest | Mexico | 946 ml. | 55,92 |
| Vegetal | Aurrera | Mexico | 1 L. | 22,00 |
| Vegetal | Capullo | Mexico | 1 L. | 33,00 |
| Cártamo | Oleico | Mexico | 955 ml | 47,02 |
| Maíz | Mazola | Mexico | 1 L. | 43,50 |
| Maíz | La Gloria | Mexico | 1 L. | 32,00 |
| Soja | Nutrioli | Mexico | 850 ml | 45,88 |
| Girasol | Great Value | Argentina | 1 L. | 37,00 |
| PRECIO MEDIO OTROS ACEITES | | | | 38,16 |
| Oliva | Borges | España | 0,5 L. | 132,00 |
| Pepita de uva | Borges | España | 0,5 L. | 122,00 |
| Oliva virgen extra | Borges | España | 0,5 L. | 198,00 |
| Oliva virgen extra | Ybarra | España | 0,5 L. | 182,00 |
| Oliva virgen extra | Carbonel | España | 750 ml. | 113,33 |
| PRECIO MEDIO VIRGEN EXTRA ESPAÑA | | | | 164,44 |
| Oliva virgen extra | Carapelli | Italia | 750 ml. | 126,67 |
| Oliva virgen extra | Pilipo Berio | Italia | 200 ml. | 285,00 |
| Oliva virgen extra | Cirio | Italia | 0,5 L. | 170,00 |
| PRECIO MEDIO VIRGEN EXTRA ITALIA | | | | 193,89 |
| Oliva virgen extra | Olave | Chile | 0,5 L. | 198,00 |

Fuente: Elaboración propia junio 2011

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

El precio de las marcas mexicanas es inferior al resto de aceites procedentes de otros países (precio medio de 38,16 pesos el litro) ya que el tipo de aceite que comercializan es de girasol y soja.

En cuanto al aceite de oliva, la mayoría de los que se ven en los lineales de los supermercados son aceites de oliva virgen extra, cuya procedencia es principalmente España y en segundo lugar, Italia.

El precio medio de este producto cuando su origen es español es de 164,44 pesos el litro, cuatro veces más caro que el mexicano. Cuando su origen es italiano (precio medio 193,89) su precio se incrementa un 18% respecto a la media del español.

El envase también influye en el precio del aceite. Para aceites de oliva virgen extra el tipo de envase suele ser de cristal, normalmente transparente, aunque los expertos aconsejan que sea opaco u oscuro para que no pierda sus propiedades, mientras que en los aceites mexicanos de otros tipos, el envase suele ser de plástico y de tamaños más grandes que los de oliva.

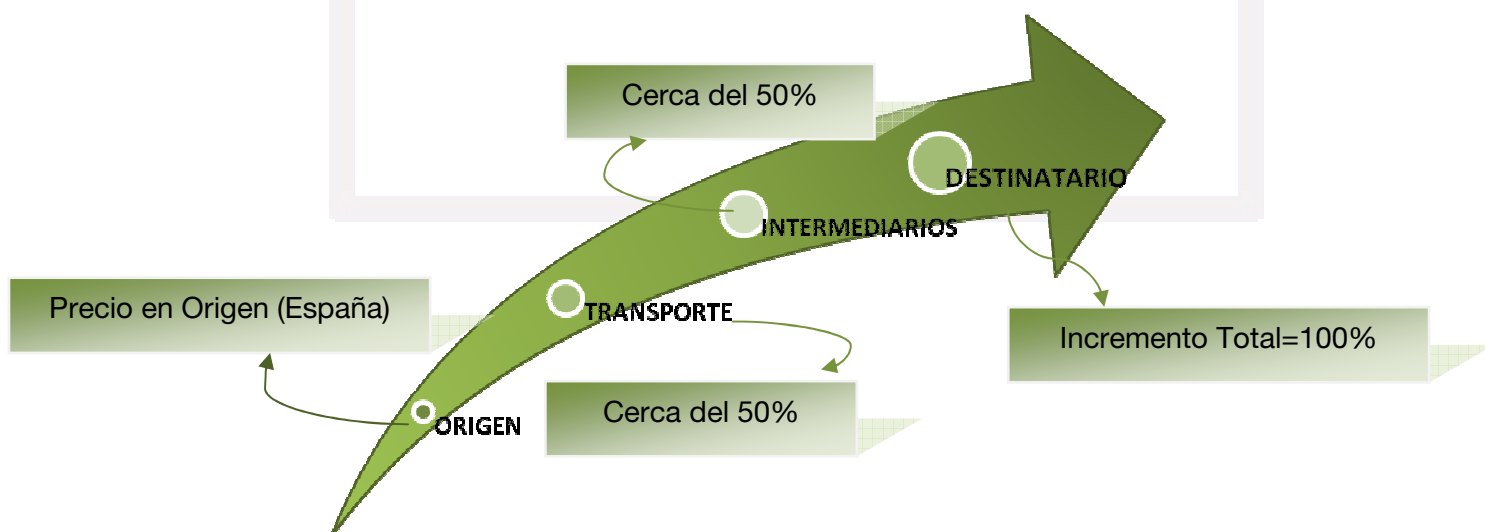
El mercado mexicano es muy sensible al precio. Además, la comercialización del aceite de oliva en el mercado mexicano trae consigo unos incrementos en el precio considerables debido al precio del transporte y los intermediarios como son los importadores o las grandes superficies.

Los márgenes con los que se trabaja en el aceite de oliva dependen principalmente del punto de venta, aunque factores como origen y marca también influyen en el mismo.

Los importadores y distribuidores trabajan con un margen, generalmente, desde un 25% a un 35%. En el caso de las grandes superficies, especialmente Costco y Sam's Club suelen manejar un margen del 20%.

En la siguiente gráfica se puede ver el incremento de los precios desde su origen hasta el destino final:

GRÁFICO IX: INCREMENTO DE PRECIOS DESDE EL ORIGEN HASTA DESTINO



Fuente: Elaboración propia

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Los productos españoles en México, suelen ser percibidos como productos de calidad, que vienen a ser consumidos por los ciudadanos de clase media-alta. En la gastronomía, y en el aceite en particular, esta percepción se mantiene.

Los aceites de oliva españoles se presentan en el mercado con una variada gama de precios, estilos y envases, cada vez más asequibles al ciudadano medio. El aceite de oliva virgen español sigue siendo, en muchas ocasiones, considerado un producto gourmet.

Cada vez más, los restaurantes mexicanos de cierto nivel y prestigio, especialmente aquellos de cocina internacional o dieta mediterránea, utilizan aceite de oliva en sus preparaciones e incluso, presentan como entrada un platillo con aceite de oliva y pan para degustarlo.

Cuando un aceite lleva la palabra “oliva”, el mercado mexicano lo percibe como de buena calidad por la buena imagen que tiene, ya sea aceite de oliva virgen extra como los demás aceites de oliva.

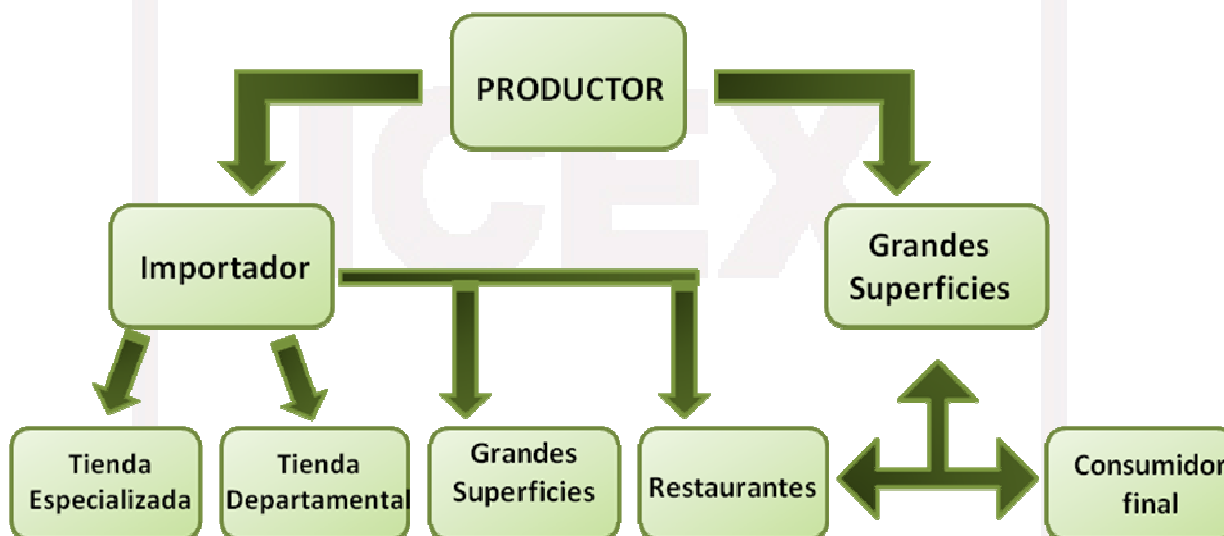
No obstante, todavía existe un uso escaso de este aceite en la cocina. La idea que se tiene de consumo en crudo del mismo, sobre todo del virgen extra, es como aderezo en ensalada y se desconocen los múltiples usos que se le pueden dar al aceite.

Actualmente, se están realizando campañas de concienciación y formación en la cultura del aceite de oliva en México dentro del plan sectorial del aceite de oliva de España realizando catas para chefs y escuelas de gastronomía, publicidad y promoción en punto de venta para acercar al consumidor mexicano a las propiedades y usos de este aceite y los beneficios para la cocina y la salud.

VI. DISTRIBUCIÓN

El siguiente gráfico muestra los canales de distribución a través de los cuales el aceite de oliva llega al punto de venta:

GRÁFICO X: DISTRIBUCIÓN DE ACEITE EN MÉXICO. FUNCIONAMIENTO



El aceite de oliva en México no se utiliza en la cocina cotidiana, por lo que algunos restaurantes, sobre todo, los de mayor calidad y cocina especializada (española, italiana, chilena, etc...), lo utilizan para brindar a sus clientes un producto especial y diferenciarse del resto de competidores del sector restaurador.

Dentro de la distribución de aceite de oliva se pueden identificar claramente tres canales:

- **Tiendas “gourmet” y supermercados de alto nivel:** Se comercializa casi en exclusiva aceite de oliva virgen extra (español e italiano). Las presentaciones se realizan en pequeñas botellas de profusa decoración y volumen inferior a 400 ml. Estos se lo compran directamente al importador.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

- **Grandes superficies de ultramarinos y supermercados en general:** Desde hace pocos años en adelante, se está incrementando la presencia en los lineales de aceite de oliva virgen y virgen extra.

La presentación se realiza en botellas de cristal o lata de volumen entre 300ml, 750ml y 1 litro, con decoración media y leyendas en español.

Las grandes superficies pueden actuar también de importador cuando el aceite de oliva lo consideran de alta rotación ya que pueden estrechar márgenes y vender mayor volumen y más barato sobre todo a hoteles y restaurantes donde el envase no sea la característica principal de compra y sí la relación calidad-precio. El envase en este tipo de casos suele ser de 2 litros la botella.

Las principales superficies que importan aceite de oliva son Costco para el aceite de origen Italiano y Sam's Club para el de origen español.

- **Hoteles y Restaurantes:** Los hoteles y restaurantes tienen dos proveedores de aceite de oliva. El primero son las importadoras. Acuden a éstas cuando el producto lo quieren mostrar al público o quieren hacer del aceite de oliva un añadido en forma de ventaja competitiva a su carta y cuando quieren negociar el precio por volumen de compra o solicitar crédito al importador. El segundo son las grandes superficies. Acuden a estas cuando el aceite es usado en la cocina para dar un valor añadido a sus platos. Además se hace por esta vía cuando es un elemento de alta rotación debido a que se compran garrafas grandes a precios más competitivos y el consumidor final no tiene por qué ver el envase. Debido a este último canal, muchos hoteles y restaurantes utilizan para sus cocinas marcas blancas que les proporcionan las grandes superficies.

En cuanto a los medios de pago, las empresas exportadoras generalmente aseguran el cobro contratando un seguro con una aseguradora.

Los plazos de pago dependen de la negociación entre las partes y el poder que tenga cada uno sobre el otro o sobre el mercado, sin embargo normalmente suele ser de entre 90 y 120 días. Las grandes superficies ofrecen unos 60 días, excepto las que actúan como importadoras (Costco y Sam's Club), cuyo su periodo de pago suele ser de 30 días.

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

En términos generales se pueden dar las siguientes indicaciones a modo orientativo respecto a las exportaciones de aceite de oliva a México. Tanto en el caso del aceite de oliva virgen como en los demás aceites de oliva es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- **SALUD:** Autorización Sanitaria Previa de Importación por parte de la COFEPRIS (Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios):
www.cofepris.gob.mx
- Cumplir con la **Norma Oficial Mexicana (NOM) NOM-006-FITO-1995¹**, por la que se establecen los requisitos mínimos aplicables a situaciones que deberán cumplir los vegetales, sus productos y subproductos que se pretendan importar cuando estos no estén establecidos en una Norma Oficial Mexicana
- Para la partida 15.09.90 Los demás aceites de oliva cuyo peso, incluido el envase inmediato sea menor de 50 kilogramos, se ha de cumplir también con la **Norma de Etiquetado NOM-051-SCFI/SSA1-2010¹**, por la que se establecen los requisitos específicos de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados.
- **Padrón de Importadores:** El importador debe estar inscrito en el padrón de importadores de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (Ley Aduanera 1996, Art.59).
- **Facturas comerciales.** La factura la deberá emitir la empresa exportadora siempre y cuando las mercancías tengan un valor comercial en moneda nacional o extranjera superior a 300 dólares de los Estados Unidos de América. Las facturas pueden ser expedidas por proveedores nacionales o extranjeros y presentarse en original o copia.
- **Packing List** (Lista de Contenidos). Lista que describe el contenido de cada paquete que se envía. Su numeración deberá coincidir con la factura comercial.
- **Certificado de origen EUR-1** para poder acogerse al desmantelamiento arancelario establecido en el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (TLCUE), debe presentarse este certificado expedido por la Agencia Tributaria Española.

¹ El texto de las Normas Oficiales Mexicanas puede ser consultado en la siguiente página web: www.economia-noms.gob.mx
Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN MÉXICO

Este certificado de origen lo emite la Aduana española antes del embarque de la mercancía. Permite la exención de aranceles pues es el que demuestra que la mercancía proviene de la Unión Europea. Sin este certificado, la mercancía pagaría los aranceles propios de los productos que no tienen tratado de libre comercio con México.

En cuanto a los **aranceles aplicables**, el aceite de oliva europeo está exento de arancel en cualquiera de sus modalidades desde el 1 de julio de 2009, siempre que el producto venga acompañado por el certificado EUR-1.

El **IVA** para el aceite de oliva es cero.

Para exportar un producto agroalimentario a México, es necesario contar con un importador autorizado en la República Mexicana, es decir, una empresa establecida en México y que cuente con padrón de importadores. Para el envío del aceite de oliva, se sugiere que previamente, la empresa, una vez cuente con toda la documentación necesaria para el envío, la presente a su agente aduanal para que le pueda dar el visto bueno, dado que si faltase algún documento, el embarque sería detenido en aduana con un coste elevado.

Respecto a las cuotas compensatorias que el Estado de México impuso al aceite de oliva originario de la UE el 1 de agosto de 2005 como medidas antisubvención, actualmente ya no están vigentes gracias a la actuación de la UE frente a la OMC.

ICEX

VIII. ANEXOS

1. FERIAS

No existe una feria nacional especializada en aceite, por lo tanto, las ferias a las que se dirigen los productores, importadores, distribuidores y compradores de productos alimenticios gourmet, son las ferias generales de alimentación.

Las más importantes de este sector en México son:

- La principal feria de productos agroalimentarios de México es **Alimentaria México**, que se celebra anualmente en la Ciudad de México, durante el mes de Junio. El ICEX participa en esta feria con un pabellón oficial. Para mayor información visitar la página web <http://www.alimentaria-mexico.com>. Existe un informe completo de la Feria realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México, que se puede consultar en la página web del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX): <http://www.icex.es> y en www.oficinascomerciales.es.
- Otro evento de interés es la **Convención Nacional del Comercio Detallista ANTAD** organizada por la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD). Evento de Alimentos y Tecnología Comercial que promueve el desarrollo del comercio detallista y de sus proveedores. **Expo Antad** se lleva a cabo en la Ciudad de Guadalajara (Jalisco), en el mes de Marzo de cada año, con una participación aproximada de 900 empresas expositoras, dentro de la que se incluyen la participación de 24 países y un promedio de 19.000 visitantes durante los tres días que dura la exposición. www.antad.org.mx
- **Abastur** es otra de las ferias del sector que puede ser muy interesante para mostrar productos como el aceite. Con más de 20.000 visitantes, es una feria especializada en cualquier producto que pueda ser vendido a la hostelería y restauración (Canal Horeca). www.abastur.com

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

En la actualidad existen un alto número de publicaciones relacionadas con la gastronomía, si bien es verdad que el nivel de especialización no es demasiado alto. Hay revistas como Sabor, Sabor a México, Cocina Fácil, Catadores y otras que hablan habitualmente sobre el Aceite de Oliva. Cabe mencionar Menú y Buena Mesa, suplementos semanales de los periódicos Universal y Reforma, respectivamente, diarios más prestigiosos y con mayor tirada en México.

3. DIRECCIONES DE INTERÉS

ANIMAE: Asociación Nacional de Industriales de Aceites y Mantecas Comestibles en México:
www.aniname.com

SAGARPA: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.
Homónimo al MARM: www.sagarpa.gob.mx

SENASICA: Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria
www.senasica.gob.mx

COFEPRIS: Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios):
www.cofepris.gob.mx

ICEX