

# Andalucía alcanza el liderazgo mundial de exportaciones de aceite de oliva en China

Junta de Andalucía, 30/07/2010

## **La comunidad tiene una cuota de mercado en el gigante asiático del 39%, casi diez puntos por encima de otros competidores como Italia**

La campaña de consumo de aceite de oliva que la Junta de Andalucía puso en marcha en China en 2006, junto con cinco empresas del sector, ha contribuido a que la región ostente el liderazgo mundial de exportaciones de este producto al gigante asiático. La comunidad acapara casi el 80% de todo el aceite que le vende España, que es el primer país exportador con la mitad de las importaciones chinas de este producto.

Andalucía ha visto multiplicado por casi seis veces el valor de sus ventas de aceite de oliva al gigante asiático desde 2005, año anterior a la puesta en marcha de esta iniciativa y aglutina ya el 39% de sus importaciones. De hecho, las empresas de comunidad autónoma venden incluso más aceite de oliva que las de cualquier país, incluido Italia, cuya cuota de mercado está en el 30%.

La campaña, la primera marquista que una comunidad ha realizado en China, pretende informar sobre las propiedades saludables del aceite, educar sobre su uso en la cocina local, reforzar la asociación del producto y el origen España-Andalucía, e impulsar las ventas. Las marcas participantes son Carbonell, Fragata, Hojiblanca, La Española e Ybarra, y la inversión es de 1,4 millones de euros, el 60% financiados por la Junta.

A través de esta iniciativa, se han realizado patrocinios de programas de cocina en televisión; edición de publrreportajes y artículos en revistas; promoción on line a través de la web [www.spainoliveoil.cn](http://www.spainoliveoil.cn); colaboración con blogueros especializados en gastronomía; posicionamiento en buscadores de internet; edición de recetarios de cocina china; así como la celebración de jornadas de promoción de ventas en hipermercados del país.

Las importaciones chinas de aceite de oliva procedentes de todo el mundo alcanzan los 13,5 millones de kilos anuales. España es el país líder, con el 49% del mercado, y Andalucía, la primera comunidad exportadora, con el 79% de la cuota española. Este liderazgo se refuerza en las categorías virgen y virgen extra, que suman el 82% del aceite que compra el gigante asiático.

En 2009, Andalucía exportó aceite de oliva a China por valor de 14,5 millones de euros, un 50% más que el año anterior y casi seis veces más que en 2005, antes de iniciarse la campaña. Este crecimiento ha sido considerablemente superior al de la media española, pasando la comunidad autónoma de significar el 47,6% de las exportaciones nacionales en 2005, a suponer el 79,8% el pasado ejercicio.

Por provincias, Sevilla lidera las ventas a China, con un 60% de la cuota regional (8,7 millones de euros) y un crecimiento en el último año del 46,4%, seguida de Málaga, con un 21,2% del total (3,1 millones) y un aumento del 54%. Les siguen Córdoba, con un 14% (2 millones de euros) y un 46,7% más, y Jaén, que con un 4,3% de la cuota (617.000 euros), es la que más creció en 2009, pues casi duplicó sus exportaciones.

### Dinámica de crecimiento

Por lo que respecta a 2010, el año se ha iniciado con la misma dinámica de crecimiento con que se cerró el ejercicio anterior. En este sentido, durante el primer cuatrimestre (últimos datos disponibles) las exportaciones de aceite de oliva han alcanzado un valor de 3,95 millones de euros, lo que supone que casi ha duplicado este importe respecto al mismo periodo de 2009.

Actualmente, unas 20 marcas andaluzas compiten en la distribución minorista de este producto en China, entre las que destacan como algunas de las mejores posicionadas las que participan en esta campaña, que cuentan hoy en día con una distribución importante en las zonas más importantes del país (Pekín, Shanghai, Tianjin y Hangzhou), y en varios tipos de canales de distribución, donde son líderes de mercado.

Según estudios realizados por Extenda en los principales núcleos de consumo chinos, el 66% de la población conoce el aceite de oliva y el 52% se declara consumidor, aunque de ellos, sólo el 17% lo adquiere más de una vez al mes. Se considera un producto de alta calidad, cuyo uso está principalmente vinculado a sus propiedades saludables, y se emplea como aderezo de platos fríos, para saltear o como cosmético.