ITEA (2002), Vol. 98V N.° 3, 155-173

COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES TUNECINAS DE DATILES EN LA UNIÓN EUROPEA

H.E. Chebbi*, J.M. Gil, M. Ben Kaabia***, M. Allaya******

* Unidad de Economía Agraria. SIA. DGA. Apdo. de Correos 727, 50080 Zaragoza, España

** Escuela Superior de Agricultura de Barcelona (ESAB), UPC Comte d'Urgell, 187. 08036 Barcelona, España

*** Departamento de Análisis Económico. Universidad de Zaragoza, Gran Vía, 2. 50005 Zaragoza, España

**** Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier. CIHEAM. 3191 Route de Mende, 34093 Montpellier, Cedex 5, Francia

RESUMEN

El estudio analiza la posición competitiva dentro del mercado de la Unión Europea de los dátiles tunecinos, que constituyen la mayor parte de las exportaciones de frutas de Túnez. El análisis se ha realizado utilizando una variante del método desarrollado por el Boston Consulting Group, a partir de las cantidades importadas, así como analizando la evolución de los precios de exportación tanto para la UE en su conjunto como para los cinco principales mercados importadores: Francia, Italia, el Reino Unido, Alemania y España. Los resultados obtenidos muestran que la demanda global de importación de dátiles en el mercado de la Unión Europea no ha variado mucho en los últimos años. Túnez es el primer proveedor de la UE, siendo Francia e Italia los principales clientes de los exportadores tunecinos. Asimismo, se revela la existencia de una importante corriente re-vendedora por parte de Francia habiéndose convertido en un competidor más de productores tradicionales como Túnez, Argelia, Estados Unidos e Israel.

Palabras clave: Dátiles, Precios, Túnez, Mercados comunitarios.

SUMMARY

THE COMPETITIVENESS OF TUNISIAN EXPORTS OF DATES TO THE EUROPEAN UNION

The aim of this paper is to analyse the competitive position of Tunisian date exports to the EU market. The analysis is based both on a slight modification of the Boston Consulting Group's competitiveness matrix, using data on quantities imported, and on the evolution of export prices to the EU as a whole and to the main importing countries: France, Italy, United Kingdom, Germany and Spain. Results indicate that EU dates demand for imports has been stabilised in the last years. Tunisia is the main supplier within the EU being France and Italy the main destination of Tunisian exports. Finally it is noticeably that French exports are becoming more important. In fact, France re-export dates from Algeria bought at low prices, increasing its competitiveness in relation to traditional exporters.

Key words: Dates, Prices, Tunisia, European markets.

Introducción

El proceso de globalización de los mercados que la economía mundial está sufriendo en los últimos años constituye un gran desafío para Túnez, país que está inmerso en un gran proyecto de apertura comercial. Las posibilidades de crecimiento tunecino descansan, en gran medida, en una producción orientada a los mercados internacionales. No obstante, el análisis del comercio agroalimentario tunecino no puede realizarse más que teniendo en cuenta el marco general en el que se desenvuelve dicho comercio. En efecto, los acuerdos firmados entre Túnez y los países de la UE han condicionado, en gran medida, los flujos comerciales tunecinos. La UE ha sido tradicionalmente el primer socio comercial y financiero de Túnez, ya que concentra entre un 70% y un 80% de sus intercambios internacionales. El nuevo acuerdo bilateral firmado, en 1995, entre Túnez y la UE establece la creación de una zona de libre comercio[1].

Frente a este contexto euro mediterráneo más abierto y más competitivo, la política agrícola en Túnez está orientando su actuación en dos vertientes principales: estimulando aquella producción agraria que exige el mercado interior, con el fin de ganar en seguridad alimentaría, y acentuando al máximo la especialización en los productos de exportación en los que se dispone de alguna ventaja comparativa, lo que le permite ganar divisas que financien las necesidades de importación de productos básicos. Asimismo, la agricultura se considera un sector de gran importancia en la economía tunecina ya que genera entre el 12% y el 15% del Producto Interior Bruto (PIB) y se beneficia de una importante posición exportadora. La aportación de la exportación agroalimentaria a la exportación total tunecina ha representado, en 2000, el 8,8%, con un valor total de 707 millones de dinares (cuadro 1).

En cualquier caso, esta aportación ha dependido, en gran medida, de las condiciones climáticas y de los resultados de los diferentes sectores ligados a la agricultura. La estructura de las exportaciones agroalimentarias tunecinas durante los años noventa ha permanecido bastante invariable, estando concentrada en un pequeño número de productos (CHEBBI, 1997).

El aceite de oliva sigue siendo el principal producto exportado por Túnez, si bien el sector oleícola se está enfrentando a diversos problemas coyunturales y estructurales. En 2000, las ventas del sector oleícola tunecino representaron cerca del 37% de las exportaciones agroalimentarias tunecinas, alcanzando un valor de 263 millones de dinares (cuadro 1). Los productos del mar ocupan el segundo lugar en importancia, representando, en 2000, el 17% del total de las exportaciones del sector agroalimentario tunecino. En tercer lugar se encuentran las frutas, cuyas exportaciones se han venido concentrando cada vez más en el mercado de la Unión Europea. Más del 85% de las ventas tunecinas, durante los años 1990 y 1995, se destinaron hacia la UE-12 (CHEBBI y GIL, 1999). Dentro del capítulo de las frutas, los dátiles representan el producto estrella de las exportaciones tunecinas. En el año 2000, las exportaciones de dátiles supusieron el 7,5%

1. Túnez tendrá un plazo de doce años para preparar la abolición de los derechos de aduana de los productos industriales. Para el capítulo agrícola, las dos partes se han comprometido en examinar, a partir del año 2000, las medidas de liberalización a aplicar.

del total de las exportaciones agroalimentarias y más del 70% del total de las frutas.

Entre todos los productos mencionados, los dátiles constituyen uno de los casos más interesantes de exportación, ya que, a diferencia del aceite de oliva y de los productos del mar, no son producidos dentro de la UE, por lo que las condiciones de acceso para todos los países competidores son similares. En este sentido, el presente trabajo se centra en el análisis de la competitividad de las exportaciones tunecinas de dátiles hacia la Unión Europea. Los resultados de esta investigación tratarán de aportar información que pueda facilitar la toma de decisiones para el sector exportador en Túnez según la tendencia de la demanda europea.

Para alcanzar el objetivo mencionado, el trabajo se ha estructurado como sigue. En primer lugar, se describe brevemente el sector productor de dátiles en Túnez. A continuación, se analiza la demanda de este tipo de productos, que viene determinada por la evolución de las importaciones dentro del marcado de la UE-12. El siguiente apartado se destina a un análisis más detallado de la competitividad de los dátiles tunecinos en los principales países de destino dentro de la Unión Europea. Finalmente, se enumeran una serie de conclusiones a partir de los análisis efectuados.

El sector de los dátiles en Túnez

Los dátiles se producen principalmente en los oasis de "Kebili" y "Tozeur", los palmerales más extensos del Sur de Túnez y algunos oasis en la zona de "Gafsa" y "Gabes". La superficie total de los oasis se eleva a 30.000 hectáreas con 4 millones de palmeras[2]. La "Deglet Nour" es la variedad más codiciada y más cultivada con 2,5 millones de palmeras. "L'alig" y "Kinta" son algunas de las variedades comunes más conocidas. El número de agricultores tunecinos que trabajan en este sector se eleva a 40.000.

La tendencia observada desde principios de los años noventa es la de una producción al alza (cuadro 2). En el año 2000, la producción total, incluyendo todas las variedades de dátiles, alcanzó las 104.000 toneladas frente a valores rondando los 80.000 toneladas, al principio de la década. Como se puede apreciar, la producción obtenida en el último año para el que se dispone de información supuso un récord dentro del período analizado. Este aumento, que ha afectado tanto a la variedad noble "Deglet Nour", con una producción de 70.000 toneladas (cerca del 70% de la producción total), como a las variedades comunes, ha tenido lugar gracias a la contribución de varios factores favorables: la polinización de las palmeras en las fechas indicadas, la utilización de técnicas de ahorro de agua y la entrada en producción de nuevas plantaciones con una superficie de 2.500 hectáreas en las regiones de "Tozeur" y de "R'gim Maatoug" en "Kebili" (Banque Centrale de Tunisie, 1999).

En Túnez, el consumo medio de dátiles se sitúa alrededor de 7 kg/ per capita/ año. El consumo interno representa entre el 75% y el 80% de la producción total de dátiles y se concentra mayoritariamente en las variedades

2. De las 1.200 especies de *Phenix Dactilyfera* existentes en los climas cálidos en Túnez, se encuentran más de 100 variedades de palmeras.

Cuadro 1. Evolución de las exportaciones agroalimentarias tunecinas (Millones de Dinares)
Table 1. Evolution of Tunisian agrofood exports (million Tunisian dinars)

	1996		1997		1998		1999		2000	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Exportaciones totales tunecinas	5.372	100	6.148	100	6.518	100	6.967	100	8.005	100
Agricultura, pesca e industrias agroalimentarias	405	7,5	682	11,1	627	9,6	790,9	11,4	707,2	8,8
Participación de los principales productos exportados en las exportaciones del sector agroalimentario										
Aceite de oliva	117,1	28,9	288,4	42,3	212,6	33,9	382,7	48,4	263,9	37,3
Productos del mar	90,9	22,4	107,5	15,8	125,8	20	102,1	12,9	119,9	17,0
Frutas	58,5	14,5	60,3	8,8	82,3	13,1	–	–	–	–
Dátiles	46,7	11,5	52,1	7,6	70,1	11,2	56,3	7,1	52,8	7,5
Cítricos	9,0	2,2	6,5	1,0	9,5	1,5	8,5	1,1	9,9	1,4
Vinos y otras bebidas alcohólicas	13,7	3,4	22,8	3,3	18,9	3,0	–	–	–	–

(–) No disponible
Fuente: Banque Centrale de Tunisie (varios años).
Source: Banque Centrale de Tunisie (several years).

Cuadro 2. Producción y exportación de dátiles en Túnez (Miles de toneladas)
Table 2. Production and exports of dates in Tunisia (thousands of tons)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Producción Total	81	75	75	86	74	84	74	95	103	103	104
Variedad: "Deglet Nour"	56	46	41	52	46	52	49	65	71	65	70
Exportación Total	19,2	19,0	18,5	21,0	21,1	18,0	20,6	25,2	25,0	–	–
Ratio (%): Exportación / Producción	23,7	25,3	24,7	24,4	28,5	21,4	27,8	26,5	24,3	–	–

(–) No disponible
Fuente: Banque Centrale de Tunisie (varios años).
Source: Banque Centrale de Tunisie (several years).

comunes más baratas, mientras que la variedad "Deglet Nour" se destina esencialmente a la exportación. La comercialización de los dátiles en Túnez ha estado monopolizada por una empresa estatal hasta el año 1969, para el mercado local, y hasta el año 1974, para el mercado de exportación. Actualmente, existen en Túnez alrededor de 30 estaciones de acondicionamiento post cosecha con una capacidad global de 45.000 toneladas. El número de empresas con licencia para la exportación de dátiles es de 17 (Groupement Interprofessionnel des Dattes, 1998).

El sistema de comercialización interior presenta todavía muchas deficiencias. La falta de medios técnicos y financieros por parte de los productores para realizar la cosecha y conservarla favorece la especulación por parte de los intermediarios que son los únicos interlocutores de cara a los exportadores. Frente a esta situación, y para garantizar la remuneración de los productores, se fija anualmente un precio umbral, tanto a la producción como a la exportación por el GID (Groupement Interprofessionnel des Dattes) después de una consulta con los agentes del sector (cuadro 3). Estos precios umbrales dependen, en gran medida, del volumen de la producción de la variedad "Deglet Nour" destinada principalmente a la exportación. Suelen situarse por debajo de los precios reales de exportación, si bien la evolución de ambas series es paralela.

Análisis del mercado europeo

Por el lado de la demanda, la Unión Europea en su conjunto, con cerca 60.000 toneladas en el año 2000, se sitúa como el segundo mercado consumidor de dátiles en el mundo, después de la India (cuadro 4). Francia, el Reino Unido, Italia, Alemania y España son los cinco primeros países importadores dentro de la UE-12. En conjunto, a estos cinco países se destinaron el 88% del volumen total importado por la Unión Europea en el año 2000.

La demanda de dátiles en el mercado europeo está bastante diversificada, pudiéndose distinguir dos grandes segmentos de consumidores. Un primer segmento estaría compuesto por aquellos conocedores del producto en cuestión. Se trataría, principalmente, de inmigrantes del Norte de África, en el caso de Francia, Italia y España, y de Asia, en el caso del Reino Unido y Alemania. Este consumidor es sensible al período de producción (dátiles de nueva o antigua cosecha), es capaz de diferenciar entre variedades nobles (por ejemplo, la variedad "Deglet Nour") y variedades comunes y conoce los diferentes tratamientos post cosecha (desinfección de las frutas y tratamiento con glucosa). En términos generales, este consumidor reproduce en Europa los hábitos de consumo de su país de origen. Durante las fiestas religiosas y, en particular, durante el mes de Ramadán, concentra su compra en las variedades nobles. Las variedades comunes son preferidas como consumo regular a lo largo del año. Por el contrario, el segundo segmento, formado por el resto de consumidores europeos de dátiles, se orienta más hacia la compra de frutos más elaborados y tiene en cuenta la calidad y la presentación del producto final. Este consumidor concentra sus compras, sobre todo, durante las fiestas de Navidad.

Para analizar la posición competitiva de las exportaciones tunecinas en el mercado de la UE-12 se ha utilizado una variante del método desarrollado por el Boston Consulting Group (BCG), diseñado originalmente para el análisis de la cartera de productos de una determinada empresa en base a información acerca del crecimiento del mercado

Cuadro 3. Precio umbral a la producción de la variedad "Deglet Nour"
Table 3. Threshold producer price for variety "Deglet Nour"

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Dinar / Kg	1,300	1,400	1,500	1,300	1,300	1,250	1,250	1,250	1,300	1,350	1,400
Euro / Kg	1,16	1,22	1,31	1,11	1,08	1,01	1,01	1,00	1,02	1,07	1,10

Fuente: Banque Centrale de Tunisie (varios años).
Source: Banque Centrale de Tunisie (several years).

Cuadro 4. Evolución de la demanda de dátiles en la UE (toneladas)
Table 4. Evolution of the demand for dates in the EU (tons)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Francia	18.396	18.593	19.107	20.492	17.799	17.041	20.302	18.881	22.870	20.875	23.506
Reino Unido	10.437	11.884	10.210	11.398	12.709	12.336	9.094	10.198	10.924	13.581	10.548
Italia	9.669	4.896	5.136	5.023	5.001	5.013	4.972	5.767	6.301	6.194	6.448
Alemania	4.033	4.319	4.439	5.779	4.841	4.426	5.062	5.317	6.208	6.287	6.520
España	2.656	2.903	2.716	2.800	2.576	2.698	3.335	4.564	5.082	5.037	5.572
Bélgica y Lux.	2.178	1.807	2.712	2.286	3.115	1.977	2.781	2.642	2.524	1.876	2.328
Holanda	1.506	1.469	1.408	1.287	1.445	1.277	1.558	1.371	2.865	1.782	1.746
Dinamarca	1.061	1.248	1.162	981	1.765	1.898	1.371	1.474	1.853	1.761	2.160
Grecia	159	160	17	255	202	119	282	307	242	186	232
Portugal	85	144	121	125	99	114	167	131	201	165	207
Irlanda	104	75	137	104	96	53	97	112	167	266	297
TOTAL UE-12	50.284	47.498	47.165	50.530	49.648	46.952	49.021	50.764	59.237	58.010	59.564

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Eurostat.
Source: Own elaboration from Eurostat data.

total y de la posición de dicha empresa frente a su competidor más próximo. Viaene y Gellynck (1995) han adoptado la matriz del BCG para poder analizar la competitividad de una cartera de productos de un país en mercados externos.

En nuestro estudio, dado que el análisis se refiere a un sólo producto en particular (los dátiles) y a un solo mercado de destino (la UE), el procedimiento se realiza desde la perspectiva de los países exportadores. En este caso, se comparan los volúmenes exportados (en toneladas) por cada país tercero hacia el mercado de la UE-12 para determinar la posición en cada mercado. La posición de un país oferente en el mercado comunitario está determinada por: i) la cuota de mercado; y ii) por la evolución de dicha cuota.

La cuota de mercado hace referencia a la importancia relativa de cada país proveedor sobre el volumen total importado por el mercado de la UE-12, tomando como media los valores de dos años consecutivos (con el fin de paliar las oscilaciones en la producción debidas, fundamentalmente, a los cambios en las condiciones climáticas). En este trabajo se ha distinguido entre cuota de marcado alta (si ésta se sitúa por encima del 7%), media (si se encuentra entre el 3,5% y el 7%) y baja (cuotas inferiores al 3,5%).

Por otro lado, la evolución de la cuota se mide analizando su evolución a lo largo del período de referencia. Distinguimos, en este caso, dos posibilidades: i) descenso, cuando la variación de la cuota del mercado es negativa; y ii) crecimiento, cuando la variación es positiva.

Las combinaciones cuota de mercado y evolución que, como acabamos de mencionar, definen la posición en el mercado de la UE-12, se representan en una matriz tres por dos en la que los países oferentes se clasifican por su posición competitiva[3]. Desde este punto de vista, los países pueden clasificarse de la siguiente forma:

- Posición competitiva alta: cuando la combinación cuota - crecimiento es alta.
- Posición competitiva media: cuando la combinación cuota - crecimiento es media.
- Posición competitiva baja: cuando la combinación cuota - crecimiento es baja.

En las líneas siguientes analizaremos el posicionamiento competitivo de las exportaciones tunecinas de dátiles según la matriz de Viaene y Gellynck frente a los principales oferentes en el mercado de la UE-12, desde la óptica de las cantidades importadas, para el periodo comprendido entre 1991-92 y 1999-2000[4]. Los resultados se recogen en el cuadro 5.

Como se puede apreciar, se pueden distinguir claramente tres grupos de países exportadores a la UE. El primer grupo está formado por Túnez, Argelia e Irán que combinan una cuota de mercado alta y un crecimiento de su cuota dentro del mercado de la UE-12. Estos países son los principales exportadores de dátiles en términos de canti-

3. Los cálculos para determinar la evolución de la cuota de mercado y la evaluación de dicha cuota figuran en los Cuadros A1 y A2 del Anexo. Para evitar las fluctuaciones existentes cada año, se han considerado los valores medios de los años, 1991 y 1992, por un lado, y 1999 y 2000, por otro.

4. Se han considerado únicamente las importaciones procedentes de países terceros, eliminándose, por tanto, los intercambios entre países de la UE ya que, dado que en esta zona no se producen dátiles, la consideración de los intercambios internos nos llevaría a sobreestimar las importaciones totales.

Cuadro 5. Posición competitiva de los principales países exportadores de dátiles en el mercado de la UE-12 durante el período 1995-2000 (toneladas)
Table 5. Competitiveness of exporting countries of dates in the EU-12 along the period 1990-2000 (tons)

Evaluación de la Variación de la Cuota de Mercado	Descenso	Crecimiento
Cuota de mercado: Baja < 3,5%	*Marruecos, Estados Unidos, Pakistán, China	**Arabia Saudita
Cuota de mercado: 3,5 < Media < 7%	*	**Israel
Cuota de mercado: Alta > 7%	**	***Argelia Túnez, Irán

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Eurostat.
Source: Own elaboration from Eurostat data.

Nota: *** indica que la combinación cuota / crecimiento es alta; ** indica que la combinación cuota / crecimiento es media; * indica que la combinación cuota / crecimiento es baja. (véase cuadros A1 y A2 del Anexos).
*Note: *** indicates that the combination share / growth is high; ** indicates that the combination share / growth is medium; * indicates that the combination share /growth is low. (see Annex, tables A1 and A2).*

dad al mercado europeo. Un segundo grupo, caracterizado por una posición competitiva media, está formado por Israel y Arabia Saudita. Finalmente, se encuentra un tercer grupo de países caracterizados por una posición competitiva baja y que estaría formado por Marruecos, Estados Unidos, Pakistán y China. Las cantidades exportadas por estos países al mercado europeo son limitadas.

Con el fin de completar está visión global a nivel de la UE, y antes de abordar el análisis para los principales países importadores dentro de esta área geográfica, nos ha parecido interesante analizar la posición competitiva de las exportaciones tunecinas desde el punto de vista de los precios. Para ello, en primer lugar, se analiza el diferencial de precios de los dátiles tunecinos en relación con los principales competidores en el mercado europeo (figura 1). Se puede apreciar como los dátiles procedentes de Túnez tienen un precio de entrada superior al resto de sus competidores, sobre todo durante la primera mitad de la década de los 90. Únicamente los procedentes de Israel y, recientemente, los de Estados Unidos, alcanzan un precio superior a los dátiles tunecinos en el mercado comunitario, lo que indicaría una cierta especialización por parte de Túnez en las variedades de gama alta y la efectividad de las campañas de promoción realizadas por el consorcio que agrupa a los exportadores tunecinos (Groupement Interprofessionnel des Dates).

En segundo lugar, analizamos la evolución de los precios unitarios de las exportaciones de dátiles de Túnez en los cinco principales mercados de la UE-12 (Francia, Reino Unido, Italia, Alemania e España) (figura 2). Como se puede observar, los precios varían, en ocasiones sensiblemente, entre los diferentes países. En términos generales, se puede apreciar como en los mercados británico y alemán los precios unitarios han mostrado una tendencia alcis-

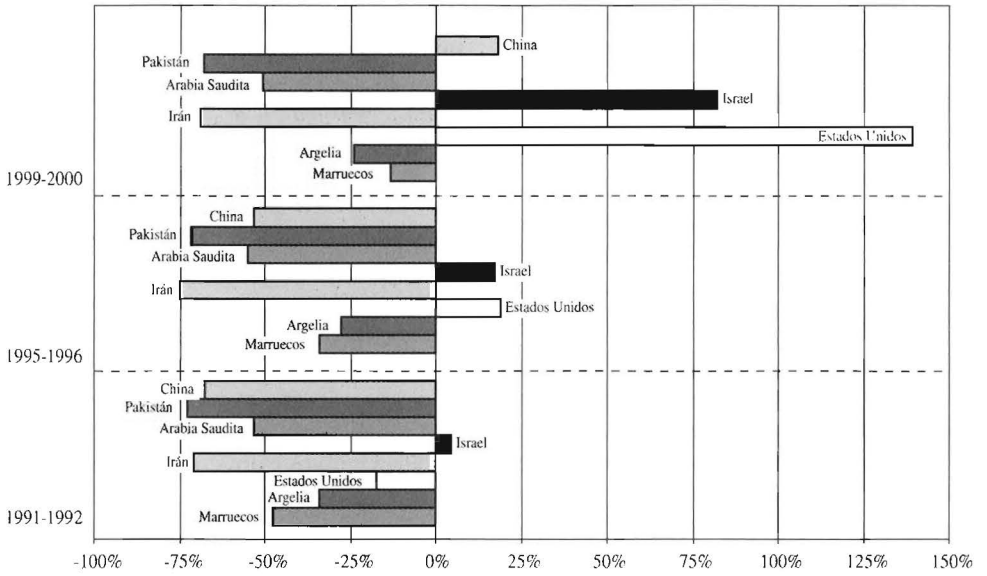


Figura 1. Diferencial de precios entre Túnez y los principales exportadores de dátiles a la UE (%).
Figure 1. Price differences between Tunisia and main exporting countries to the EU (%).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Eurostat.
Source: Own elaboration from Eurostat data.

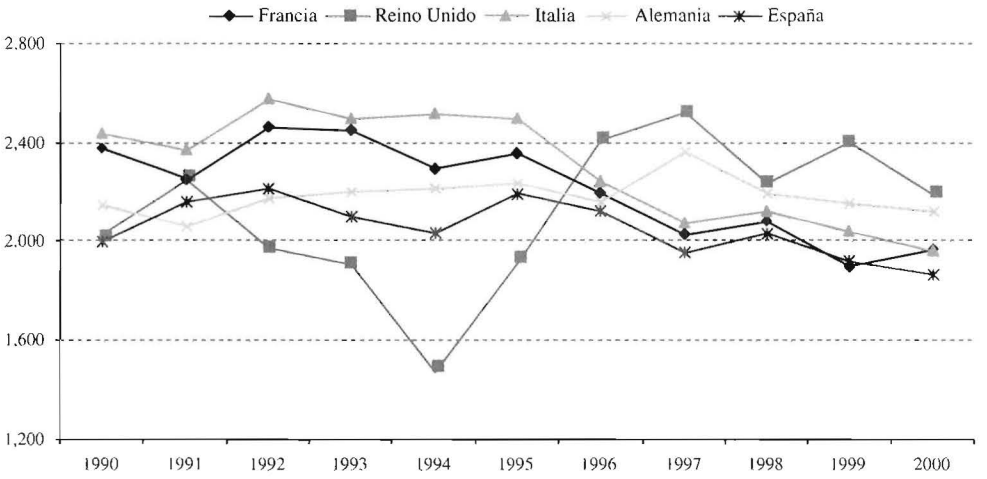


Figura 2. Evolución de los precios de exportación de Túnez en los principales mercados de la UE (Euro / Kg).
Figure 2. Evolution of Tunisian exporting prices in the main UE markets (Euro/Kg).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Eurostat.
Source: Own elaboration from Eurostat data.

ta, constituyendo en la actualidad los mercados con precios relativos superiores[5]. Por el contrario, en los mercados mediterráneos (Italia y España) y en el país con mayor concentración de emigrantes de origen magrebí, la tendencia es a la baja.

A modo de resumen de lo que se ha comentado en este apartado, podemos agrupar a los principales países exportadores de dátiles hacia la UE en dos grandes grupos:

- Un primer grupo estaría formado por los países productores – exportadores que ofrecen dátiles de calidad media (variedades comunes) a un precio muy por debajo del tunecino (más del 25% inferior al precio unitario tunecino) (Arabia Saudita, Pakistán, Irán y China).

- Un segundo grupo estaría formado por los países productores – exportadores que ofrecen dátiles de buena calidad (variedades nobles) a precios próximos o superiores a los precios tunecinos: Argelia, Israel y Estados Unidos. Entre estos países, es, sin duda, Argelia el competidor más directo de los dátiles tunecinos, si atendemos a la evolución de las cuotas de mercado de los dos países.

Competitividad de las exportaciones tunecinas de dátiles en los principales mercados de destino de la UE

Como ya se ha comentado anteriormente, los principales mercados de destino de las importaciones totales de dátiles dentro de la Unión Europea son: Francia, Italia, el Reino Unido, Alemania y España. En el cuadro 6 se recoge la evolución del valor total de las importaciones realizadas por cada uno de estos países así como por el conjunto de la UE-12. Asimismo, se muestra la cuota de mercado de los principales países productores en cada uno de los mercados considerados. Se ha distinguido entre importaciones intra-comunitarias y extra-comunitarias. Teniendo en cuenta que la UE no produce dátiles, los intercambios intra-comunitarios hay que entenderlos como re-envíos de dátiles procedentes originariamente de terceros países, por lo que el análisis efectuado en este apartado se centrará exclusivamente en los intercambios extra-comunitarios.

Consideremos, a continuación, la situación en cada uno de los cinco mercados mencionados. Para cada país se analiza la posición competitiva de las exportaciones tunecinas teniendo en cuenta tanto la evolución de su cuota de mercado como la de sus precios de venta en relación con la de sus principales competidores. Para llevar a cabo dicho análisis se han considerado los valores medios de los años 1991-92, 1995-96 y 1999-2000.

El mercado francés

Hoy en día, Francia es, indudablemente, el primer mercado importador de dátiles en Europa. En 1999-2000, a dicho país se destinaba el 37% del valor total de las importaciones totales de la UE-12 (cerca de 40 millones de Euros). Entre 1991-92 y 1999-2000, el valor de las importaciones francesas ha experimentado un crecimiento del orden del 10% (cuadro 6). Aunque Túnez ejerce un cierto liderazgo en el mercado francés (con

5. Esta tendencia probablemente viene explicada por un aumento de la demanda de las variedades nobles en dichos países, si bien esta afirmación hay que tomarla con cierta cautela ya que en la información manejada no se incluyen los datos por variedades.

Cuadro 6. Evolución de las cuotas de mercado en los principales mercados de la UE-12 (% sobre el valor total importado)
Table 6. Evolution of market shares in the main importing countries in the EU-12 (% on total value)

	Principales mercados de la UE															Total de la UE-12		
	Francia			Reino Unido			Italia			Alemania			España					
	1991-1992	1995-1996	1999-2000	1991-1992	1995-1996	1999-2000	1991-1992	1995-1996	1999-2000	1991-1992	1995-1996	1999-2000	1991-1992	1995-1996	1999-2000	1991-1992	1995-1996	1999-2000
Valor Total (1.000 €)	35.861	34.763	39.587	12.610	13.241	19.169	12.558	11.993	14.221	9.153	9.752	11.934	5.666	6.497	10.742	84.493	87.599	10.7714
INTRA-UE	1,30	2,25	1,84	33,16	29,36	24,48	9,34	4,33	9,55	39,41	30,86	35,75	1,95	15,24	13,67	16,94	16,68	17,74
Francia	–	–	–	32,06	27,74	22,69	8,95	3,85	8,44	30,68	20,19	26,52	1,68	14,95	13,35	13,94	12,02	13,06
Holanda	0,05	0,61	0,19	0,19	0,44	0,37	0,11	0,14	0,04	2,95	7,22	5,39	0,16	0,25	0,14	0,68	1,76	1,54
Italia	0,12	0,04	0,02	0,05	0,52	0,14	–	–	–	0,96	0,31	0,79	0,00	0,00	0,01	0,27	0,15	0,17
Reino Unido	0,10	0,14	0,57	–	–	–	0,00	0,00	0,24	2,73	0,59	1,73	0,06	0,05	0,05	0,56	0,64	1,29
EXTRA-UE	98,70	97,75	98,16	66,84	70,64	75,52	90,66	95,67	90,45	60,59	69,14	64,25	98,05	84,76	86,33	83,06	83,32	82,26
Marruecos	0,67	0,27	0,02	3,35	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,08	0,00	0,12	0,00	0,00	0,80	0,23	0,01
Argelia	26,61	40,30	35,40	0,00	0,46	0,19	0,00	0,07	0,37	5,21	0,70	0,00	14,80	10,12	3,86	13,91	17,87	13,79
Túnez	52,30	40,97	49,48	14,29	20,76	17,95	82,94	72,73	72,58	27,54	37,98	42,70	62,48	47,34	61,26	45,70	39,47	43,29
Estados Unidos	12,20	6,42	2.53	6,43	13,13	14,00	3,64	1,01	2,85	10,71	11,97	5,36	0,63	0,00	0,00	8,28	7,04	5.07
Irán	1,03	1,27	1,01	15,89	21,00	18,37	0,01	0,44	0,01	3,47	3,17	4,48	0,13	0,01	0,07	3,36	4,42	4,80
Israel	5,60	8,16	9,10	5,40	5,61	18,24	1,58	19,95	14,02	9,11	9,52	5,75	18,93	26,40	21,00	6,22	11,25	12,40
Arabia Saudita	0,06	0,02	0,05	0,23	0,90	1,43	0,00	0,05	0,00	0,13	0,07	0,07	0,02	0,00	0,04	0,09	0,21	0,32
Pakistán	0,00	0,00	0,00	8,61	3,33	2,42	0,00	0,00	0,00	0,88	4,01	2,04	0,11	0,00	0,00	1,76	1,17	0,97
China	0,00	0,01	0,02	4,83	3,06	0,52	0,69	0,11	0,18	2,30	0,05	0,05	0,04	0,06	0,02	1,11	0,53	0,17

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Eurostat.
Source: Own elaboration from Eurostat data.

una cuota del 50% aproximadamente), este aumento en el valor de las importaciones francesas tiene principalmente su origen en las importaciones realizadas desde Argelia. Los dátiles procedentes de Túnez y Argelia representan más del 80% del valor de las importaciones totales francesas.

En cuanto a los demás exportadores de dátiles al mercado francés, se observa un descenso continuo en la participación de los Estados Unidos durante los años noventa hasta representar, únicamente, el 2,5% del mercado, a finales de la última década del siglo pasado. Este descenso se puede explicar atendiendo a las preferencias del consumidor francés hacia los dátiles "naturales" del norte de África frente a los de California que están más "tratados". Finalmente, otro hecho a destacar en el mercado francés es el aumento sostenido del valor de las importaciones de dátiles desde Israel, que pasó de una cuota del 5,6%, en 1991-92, a una cuota del 9,1%, en 1999-2000.

Si se analiza ahora la evolución de los precios unitarios de los cuatro primeros exportadores hacia Francia, se observa que los dátiles argelinos son los más competitivos, manteniéndose sus precios siempre ligeramente por debajo de los precios tunecinos (figura 3). Por otra parte, el precio de Estados Unidos ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años, lo que ha podido favorecer, como hemos comentado en un párrafo anterior, la significativa disminución de su cuota de mercado en el mercado francés favoreciendo las exportaciones de Israel y Argelia.

El mercado británico

Las importaciones de dátiles del Reino Unido, en valores medios para el período 1999-2000, han representado el 17% del valor de las importaciones totales de la UE-12, lo que le situaba como el segundo merca-

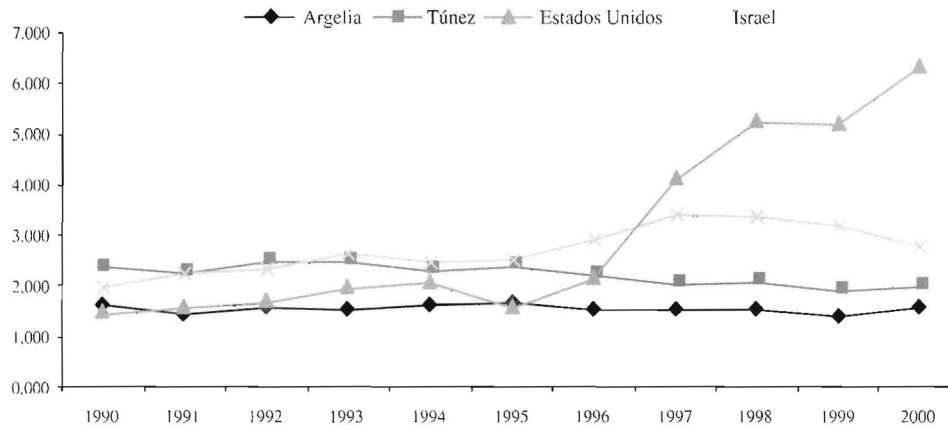


Figura 3. Evolución de los precios de los principales países exportadores de dátiles en el mercado francés (Euro / Kg).

Figure 3. Evolution of prices of main exporting countries of dates in the French market (Euro / Kg).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Eurostat.

Source: Own elaboration from Eurostat data.

do más importante a nivel comunitario (más de 19 millones de Euros). El Reino Unido se caracteriza por la existencia de un elevado grado de competitividad entre los cuatro principales países exportadores: Irán, Israel, Túnez y Estados Unidos (Cuadro 6). A finales de la década de los 90, Irán, país exportador de dátiles de calidad media (variedades comunes), ocupaba una posición de liderazgo en el mercado británico con una cuota de mercado del 18,3%.

Desde el punto de vista de la evolución en la última década, Israel se perfila como el exportador que más crecimiento ha experimentado en este mercado ya que su ventas han pasado de representar el 5,4%, en 1991-92, al 18,4% en 1999-2000, lo que le ha permitido situarse en el segundo puesto del ranking en el mercado británico. La posición exportadora de Túnez ha experimentado oscilaciones importantes a lo largo del período considerado, pasando de ser el segundo exportador al tercero al final de la década analizada, con una cuota del 17,9%. Finalmente, Estados Unidos, ocupa el cuarto lugar en el mercado británico, si bien, al igual que ha ocurrido con Israel, su participación ha venido aumentando en relación al valor total importado. La razón de este incremento no estriba tanto en el aumento de la cantidad exportada como en el incremento de precios que se ha producido en los últimos años (figura 4).

Un análisis más detallado de la evolución de los precios de importación de los dátiles en el mercado británico, recogidos en la figura que acabamos de mencionar, revela que se pueden distinguir dos grupos de países. Por un lado, se encuentran los suministradores tradicionales de dátiles al mercado inglés (Irán, Pakistán y Túnez) cuyos precios se han mantenido relativamente bajos y estables a lo largo del período de análisis (los de Túnez notablemente más altos que los de los otros dos países mencionados). El segundo grupo engloba a los países que ofrecen dátiles de alta

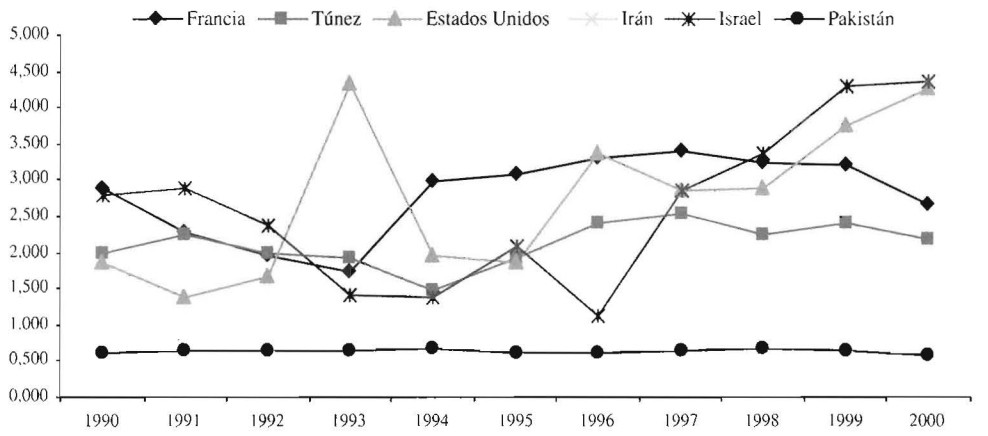


Figura 4. Evolución de los precios de los principales países exportadores de dátiles en el mercado británico (Euro / Kg).

Figure 4. Evolution of prices of main exporting countries of dates in the British market (Euro / Kg).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Eurostat.

Source: Own elaboration from Eurostat data.

calidad o variedades nobles con alto valor añadido (Israel y Estados Unidos) cuyos precios han experimentado un notable crecimiento.[6]

El mercado italiano

En la actualidad, Italia representa el tercer mercado de importación de dátiles en la Unión Europea. En 1999-2000, concentraba el 13,2% del valor de las importaciones totales de la UE-12, siendo su procedencia mayoritariamente extra-comunitaria como en el caso de los mercados ya analizados (cuadro 6). Los principales proveedores del mercado Italiano son, por orden de importancia, Túnez e Israel quienes concentran el 85% del valor total de los dátiles importados por Italia. Túnez es, sin duda, el país que ostenta el liderazgo. En 1999-2000, el 72,5% del valor total de las importaciones italianas procedían de dicho país.

La evolución de los precios unitarios de exportación en el mercado italiano muestran un patrón similar al experimentado en el resto de mercados: estabilidad en el caso de los precios tunecinos y tendencia al alza de los precios de los dátiles procedentes de Israel y Estados Unidos que, por otro lado, explican la evolución de las cuotas de mercado de estos dos países en el mercado italiano (figura 5).

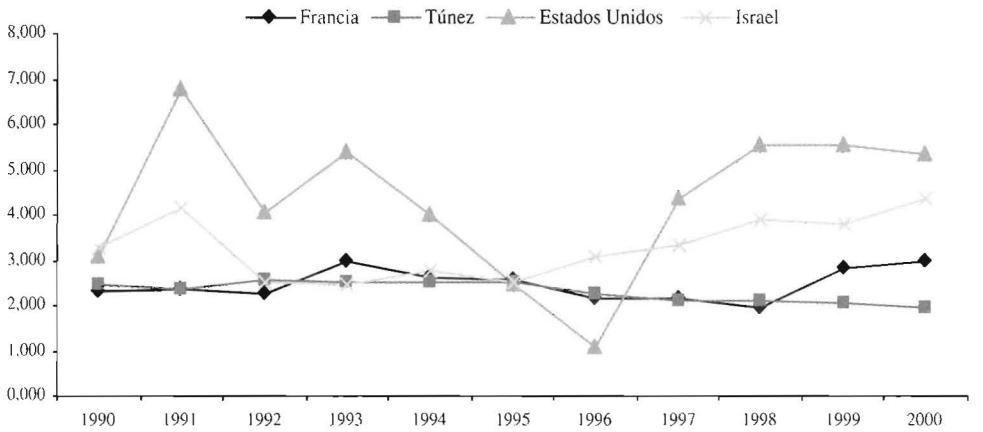


Figura 5. Evolución de los precios de los principales países exportadores de dátiles en el mercado alemán (Euro / Kg).

Figure 5. Evolution of prices of main exporting countries of dates in the German market (Euro / Kg).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Eurostat.
Source: Own elaboration from Eurostat data.

6. Los exportadores franceses han sido tradicionalmente los primeres proveedores del mercado inglés, si bien el verdadero origen del producto hay que situarlo en el Norte de África, como hemos venido comentando en repetidas ocasiones a lo largo de este trabajo. En este sentido, la región de Marsella ha jugado un papel esencial. Los importadores franceses han adquirido dátiles procedentes, principalmente, de Argelia a precios relativamente bajos que eran distribuidos en otros mercados comunitarios a precios sensiblemente más altos. En cualquier caso, la importancia relativa de los intercambios procedentes de Francia ha disminuido hasta situarse en el 22%, en 1999-2000.

El mercado alemán

Alemania constituye el cuarto mercado en importancia dentro de la UE en cuanto a las importaciones de dátiles. A finales de los años 90, el 11% de las importaciones comunitarias se destinaban a dicho país. Sin embargo, la particularidad del mercado alemán, al igual que ocurría en el caso británico (si bien la tendencia es más acusada en este caso), reside en el hecho de que los intercambios proceden, en gran parte, de otros países comunitarios. En efecto, solamente el 64% del valor de sus compras tienen un origen extra-comunitario (cuadro 6).

Los principales proveedores extra-comunitarios son Túnez, Estados Unidos, Israel y, en menor medida, Irán. En el mercado alemán, Túnez ha venido afianzando en los últimos años su posición de liderazgo con una cuota del 42% del valor total de las importaciones alemanas, como media de los años 1999 y 2000. Este crecimiento se ha obtenido al aumentar significativamente la cantidad exportada por Túnez a Alemania ya que los precios se han mantenido bastante estables a lo largo de la última década (figura 6). En el caso de Estados Unidos e Israel, a pesar del aumento de precios, su participación relativa en relación al valor total importado se ha reducido a la mitad, lo que da una idea de la pérdida de competitividad de estos dos países en el mercado alemán.

El mercado español

Dentro de la UE, España ocupa el quinto lugar en importancia desde el punto de vista de las importaciones de dátiles, acaparando cerca del 10% de las mismas como media de los años 1999-2000. Sin embargo, es uno de los países en el que el crecimiento ha sido más espectacular, ya que a lo largo del período considerado dichas importaciones han aumentado en un 90%. Por otro lado, y a

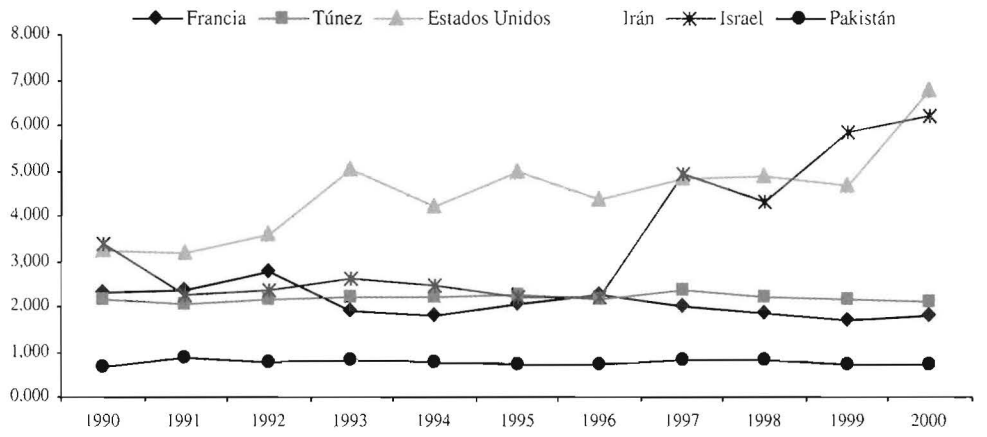


Figura 6. Evolución de los precios de los principales países exportadores de dátiles en el mercado italiano (Euro / Kg).

Figure 6. Evolution of prices of main exporting countries of dates in the Italian market (Euro / Kg).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Eurostat.

Source: Own elaboration from Eurostat data.

diferencia de lo que ocurría en los otros mercado analizados, los intercambios intracomunitarios han venido ganando peso relativo en relación al valor total importado. En efecto, las importaciones extra-comunitarias representaban, a principios de los años 90, el 98% de las importaciones españolas mientras que al final de la década dicho porcentaje se había reducido al 86% (cuadro 6).

Túnez ha sido, tradicionalmente, el principal proveedor del mercado español representando, en 1999-2000, el 61% de las compras totales. Paralelamente, las ventas de Israel han venido cobrando mayor importancia dentro del mercado español a costa de las exportaciones argelinas. En 1999-2000, las exportaciones de Israel suponían el 21% del valor total de las importaciones españolas de dátiles mientras que las de Argelia solamente representaban el 3,8%.

En relación con la evolución de los precios (figura 7), hay que mencionar que en el caso español no se aprecia una tendencia alcista tan acusada, como sucedía en otros mercados del precio de los dátiles procedentes de Israel. En el resto de países exportadores los precios muestran una ligera tendencia descendente a partir de la segunda mitad de la década de los 90. Las exportaciones tunecinas se sitúan a un nivel de precios intermedio entre las argelinas y las israelíes.

Consideraciones finales

El estudio muestra que, en términos generales, Túnez se mantiene como el primer proveedor de la UE, siendo Francia e Italia los principales clientes de los exportadores tunecinos. Los resultados del presente estudio revelan, asimismo, la existencia de una importante corriente de intercambios dentro de la UE, sobre todo en los casos de Alemania y Reino Unido (en estos mercados, Francia se ha convertido en un competidor más

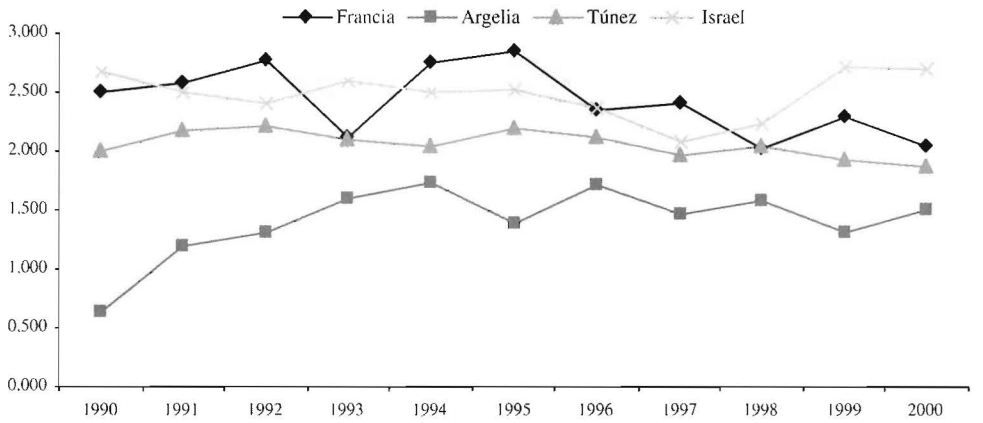


Figura 7. Evolución de los precios de los principales países exportadores de dátiles en el mercado español (Euro / Kg).

Figure 7. Evolution of prices of main exporting countries of dates in the Spanish market (Euro / Kg).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Eurostat.

Source: Own elaboration from Eurostat data.

de productores tradicionales como Túnez, Argelia e Israel).

Quizás por esta razón que acabamos de apuntar, el mercado francés constituye el principal importador de dátiles dentro de la UE habiéndose generado una intensa competitividad vía precios entre los exportadores tunecinos y argelinos. La estrategia de Francia se basa en la importación de dátiles argelinos a buen precio, lo que le permite competir en otros mercados europeos redistribuyendo el producto e incorporando más valor añadido. Esto explica, asimismo, la debilidad de la actividad exterior de los exportadores argelinos y su ausencia en los demás mercados de la UE.

En el mercado inglés, el segundo en importancia dentro de la UE, los exportadores tunecinos tienen que enfrentarse directamente con las exportaciones de Israel, que se benefician, además, de precios unitarios más elevados. Por otro lado, el mercado inglés se caracteriza por la existencia de un mercado dual ya que casi una cuarta parte de sus importaciones de dátiles proceden de países asiáticos (Irán, Pakistán y China), lo que origina la existencia de dos gamas distintas de dátiles y de precios. En este mercado, los exportadores tunecinos pueden todavía mejorar sus cuotas de mercado ofreciendo gamas de dátiles similares a las importadas desde los países asiáticos.

En el mercado italiano, el competidor potencial de la oferta tunecina es Israel. Hay que mencionar que Israel es el país que está ganando más cuota de mercado en los últimos años dentro del mercado europeo. En el mercado alemán los exportadores tunecinos compiten con las exportaciones de Israel y de Estados Unidos. Finalmente, España se ha convertido en el mercado más dinámico dentro de la UE, habiéndose duplicado la demanda de importación en los últimos años. En este mercado, los exportadores tunecinos han podido consolidar su posición de líder.

Desde la perspectiva de un mercado europeo cada vez más globalizado y homogéneo, Túnez tiene que aprovecharse en un futuro próximo de su condición dual de productor y exportador. Los exportadores tunecinos tienen que ser conscientes de que en el caso de la UE hay un mercado de venta directa en cada uno de los países pero que también una parte de las importaciones, sobre todo francesas y holandesas, son redirigidas al resto de mercados europeos. Teniendo esto en cuenta, dos serían las estrategias complementarias a adoptar. En primer lugar, abastecer a los mercados tradicionalmente revendedores de dátiles de origen extra-comunitario con un producto a buen precio y sin excesiva elaboración. En segundo lugar, debe intensificar su labor de segmentación de mercados buscando aquellos consumidores / distribuidores que sean capaces de adquirir un producto más elaborado, de más calidad y, por tanto, de mayor precio. Como se ha dicho, ambas estrategias no son excluyentes sino complementarias y pueden generar una importante fuente de ingresos a los exportadores tunecinos.

Para finalizar este trabajo, no queremos dejar de señalar que el objetivo del mismo era aportar información meramente descriptiva sobre la situación competitiva de Túnez en el contexto de la UE. Somos conscientes de las limitaciones de un trabajo de este tipo, condicionado, en gran medida, por la información disponible. En este sentido, futuras investigaciones podrían centrase en la identificación de los principales distribuidores de dátiles tunecinos en los países comunitarios (que normalmente se corresponden con empresas de capital mixto) con el fin de analizar los canales de comercialización utilizados y las estrategias empresariales adoptadas en los diferentes países y aportar información subjetiva sobre la posición competitiva del producto tunecino.

Bibliografía

BANQUE CENTRALE DE TUNISIE, 1999. 40 ème rapport d'activité, Exercice 1998. Tunisie.

BANQUE CENTRALE DE TUNISIE, varios años, Statistiques Financières. Tunisie.

CHEBBI H.E., 1997. Análisis de la Competitividad Exterior del Comercio Agroalimentario Tunecino. Tesis Master of Science. Instituto Agronómico Mediterráneo de Zaragoza. Centro Internacional de Altos Estudios Agronómicos Mediterráneos.

CHEBBI H.E., GIL J.M., 1999. Le Commerce Agro-Alimentaire Tunisien avec l'Union Européenne et les Pays du Magreb Arabe: Une Analyse Structurelle de la Compétitivité. MEDIT, 3, 18-23.

EUROSTAT, varios años, Comercio Exterior. Tablas Analíticas. Bélgica.

VIAENE J., GELLYNCK X., 1995. Small firms, old traditions equal low profit: pigmeat processing in Belgium. En: Competitiveness in the food industry. Bruce Traill, Eamonn Pitts. (Ed.), 149-178.

GROUPEMENT INTERPROFESSIONNEL DES DATTES, 1998. Liste des stations de conditionnement des dattes agrées pour l'exportation. Ministère de l'Agriculture. Tunisie. Mimeo.

Aceptado para su publicación el 12 de julio de 2002

ANEXO

Cuadro A1. Evaluación de la cuota de mercado de los principales países exportadores de dátiles a la UE-12 (% sobre toneladas importadas)

Table A1. Evolution of market shares of main exporting countries of dates to the EU-12 (% on total quantity imported)

	1999-2000	
Marruecos	0,01%	-
Argelia	17,00%	+
Túnez	40,47%	+
Estados-Unidos	1,98%	-
Irán	14,75%	+
Israel	6,35%	+/-
Arabia Saudita	0,63%	-
Pakistán	2,83%	-
China	0,14%	-
Participación de los 9 oferentes:	84,17%	
Media (9 exportadores)	7,0%	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Eurostat.
Source: Own elaboration from Eurostat data.

Nota: Cuota Alta (+) > 7%; Cuota Media (+ -) >3,5% y < 7%; Cuota Baja (-) < 3,5%
Note: High share (+) > 7%; Médium share (+/ -) >3,5% and < 7%; Low share (-) < 3,5%

Cuadro A2. Evolución de las cuotas de mercado de los principales países exportadores de dátiles a la UE-12 entre 1991-92 y 1999-00 (% sobre toneladas importadas)
Table A2. Evolution of market shares of main exporting countries of dates to the UE-12 during the period 1991-92 and 1999-2000(% on total quantity imported)

	Variación entre 1991-92 y 1999-2000	Evaluación
Marruecos	-1,17%	-
Argelia	0,54%	+
Túnez	4,69%	+
Estados-Unidos	-5,85%	-
Irán	5,70%	+
Israel	1,68%	+
Arabia Saudita	0,48%	+
Pakistán	-2,23%	-
China	-2,70%	-

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Eurostat.
Source: Own elaboration from Eurostat data.