

El mercado de aceite de oliva en Arabia Saudí

El mercado de aceite de oliva en Arabia Saudí

Esta nota ha sido elaborada por Rasmy Mezyed Rivas
bajo la supervisión de la Oficina Económica y
Comercial de la Embajada de España en Riad

Diciembre 2006

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	4
1. Política	4
2. Población.....	4
3. Geografía	5
4. Idioma	5
5. Economía	5
6. Relación comercial bilateral España-Arabia Saudí	5
II. EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA	6
1. Definición del sector	7
2. Crisis del aceite de orujo de oliva	8
3. Situación del sector en el mundo.....	8
III. EL SECTOR EN ARABIA SAUDÍ.....	10
1. Coyuntura actual	10
2. Producción	10
3. Comercio Exterior.....	10
4. Entrada en el mercado saudí.....	13
4.1. Factores y Canales de distribución.....	13
4.2. Aranceles y Estándares.....	13
4.3. Barreras de entrada.....	14
4.4. Formalidades de exportación	15
IV. CONCLUSIONES.....	18
V. DIRECCIONES DE INTERÉS.....	19
VI. PRINCIPALES FERIAS DE INTERÉS	21
VII. PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR.....	23
VIII. OTROS CONTACTOS DE INTERÉS	28
IX. ANEXOS: DATOS ESTADÍSTICOS.....	34

1. INTRODUCCIÓN

En la siguiente nota sectorial se hace un estudio sobre el mercado de aceite de oliva en Arabia Saudí, y el impacto que tuvo sobre las exportaciones españolas la prohibición del aceite de orujo español en el año 2001.

La nota comienza con una introducción general del país y las relaciones comerciales y políticas bilaterales con España. Posteriormente se define el sector, especificando los productos y la evolución de la producción, consumo, comercio exterior y principales canales de distribución. Más adelante se especifican las formalidades de entrada, aranceles y barreras de entrada. Finalmente, se ofrecen datos de ferias relacionadas con el sector y un listado de los principales importadores de aceite de oliva.

1. POLÍTICA

Arabia Saudí es una monarquía islámica, cuyo Jefe de Estado es el Rey Abdulá Bin Abdul Aziz Al Saud. Asimismo, ostenta el cargo de Primer Ministro, y es el encargado de nombrar al Consejo de Ministros. Las decisiones de este Consejo se toman por votación mayoritaria, aunque requieren siempre la aprobación Real.

2. POBLACIÓN

La población es de 24,6 millones de habitantes, siendo el 72,92% nacionales. El restante 27,08% son extranjeros, principalmente del sureste asiático y el subcontinente indio (India, Pakistán y Bangladesh), aunque también existe una importante colonia de expatriados provenientes de países occidentales, especialmente Estados Unidos y el Reino Unido. El 56'7% de los habitantes son hombres y el 43'3% mujeres. Esto se debe a que entre los extranjeros, el 69'5% son hombres. La densidad demográfica es de 12 habitantes por km².

La tasa de crecimiento demográfico es de 3'2% (2005) con una población muy joven. La pirámide poblacional muestra la siguiente estructura:

Menores de 14 años: 38'3%

De 15 a 64 años: 59'3%

Mayores de 65 años: 2'4%

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

El porcentaje de población urbana es del 86%, uno de los más altos de la zona junto con Kuwait, Qatar y Emiratos Árabes Unidos.

3. GEOGRAFÍA

El Reino de Arabia Saudí con una extensión de 2.150.000 Km² cubre casi el 80% de la Península Arábiga. Su costa occidental se extiende a lo largo de 1.760 Km del Mar Rojo y su costa oriental por 560 Km del Golfo Árabe.

Al Este se encuentran el Reino de Bahrein, y los Estados de Qatar y Emiratos Árabes Unidos. En el Norte es fronterizo con Jordania, Irak y Kuwait y en el Sur con la República Árabe del Yemen y el Sultanato de Omán.

Los principales núcleos económicos y comerciales del país, se concentran en las principales tres regiones: Occidental (Jeddah, Yanbu, Meca y Medina), Central (Riyadh), Oriental (Dammam, Khobar, Dhahran).

4. IDIOMA

La lengua oficial es el árabe, aunque el inglés es ampliamente utilizado en el mundo empresarial.

5. ECONOMÍA

La economía saudí está creciendo a una media de casi el 6% de crecimiento anual del PIB. Es una economía abierta, con numerosas facilidades para la entrada de productos extranjeros gracias a sus reducidos aranceles y a que sus exportaciones representan un gran porcentaje del PIB. Existen sin embargo, restricciones a la importación de ciertos productos como el alcohol, cerdo y sus derivados o material pornográfico.

En 2005 el PIB superó los 307 mil millones de dólares gracias al crecimiento del 6,5% que disfrutó ese mismo año. El PIB per capita ese mismo año fue de 13.603 dólares. Este crecimiento fue debido al incremento de los precios del petróleo y a una producción de crudo por encima de la cuota estipulada por la OPEP. Estos ingresos excepcionales han permitido la reducción de la deuda pública y el aumento del gasto público y de la formación bruta de capital fijo.

Se está haciendo un esfuerzo por parte de las autoridades saudíes para diversificar la economía, haciéndola menos dependiente del sector petrolero. Algunas de las medidas son aumentar la productividad de la economía, hacer partícipe a la mujer de la vida económica del país y la privatización de empresas estatales entre otras.

Desde diciembre de 2005, Arabia Saudí es miembro de la Organización Mundial del Comercio, siendo este un claro símbolo de la apuesta por la apertura de la economía.

Además, se encuentra en un estado avanzado de negociación un Acuerdo de Libre Comercio entre la Unión Europea y el CCG.

6. RELACIÓN COMERCIAL BILATERAL ESPAÑA-ARABIA SAUDÍ

Arabia saudí fue el sexto suministrador de petróleo de España en 2005, suponiendo el crudo proveniente de este país el 6,27% del total de las importaciones españolas de este producto en ese año. Asimismo, Arabia Saudí es el principal proveedor de Oriente Medio para España (un 32,8% del total de la zona).

En 2005, Arabia Saudí fue nuestro cliente número 34 y nuestro 21º proveedor. Nuestras exportaciones alcanzaron ese año los 615,4 millones de euros (771,3 millones de dólares), con un incremento del 7,9% con respecto al año anterior. Esto le convierte en el segundo mercado de Oriente Medio con un 20% del total de las exportaciones a la zona, por detrás de EAU con un 22,2%. Mientras, nuestras importaciones de Arabia Saudí en 2005 supusieron 2.257 millones de euros (2.827 millones de dólares), incrementándose en un 18,3% con respecto al año 2004. Des esta manera, nuestro déficit comercial bilateral en 2005 fue de 1.641,3 millones de euros (2.055,7 millones de dólares), con una tasa de cobertura del 27,3%. Cabe destacar que aunque las relaciones comerciales bilaterales se caracterizan siempre por una tasa de cobertura desfavorable para nuestro país, es necesario observar que más del 85% de las importaciones españolas procedentes de este país consiste en combustibles y lubricantes.

ICEX

II. EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA

1. DEFINICIÓN DEL SECTOR

En esta nota sectorial se realiza un estudio del impacto que tuvo la prohibición del aceite de orujo de oliva español en Arabia Saudí. Para ello nos centramos en las exportaciones de aceite de orujo de oliva, y se estudia si existió alguna repercusión en las exportaciones de aceite de oliva. Además, hay que tener en cuenta que tradicionalmente, el principal tipo de aceite que ha importado Arabia Saudí ha sido aceite de orujo de oliva, por lo que esta medida tuvo una repercusión muy importante en la situación del mercado.

Existen distintos tipos de aceite de oliva dependiendo de su grado de acidez y forma de procesado. Los principales son los siguientes:

1 . Aceite de oliva virgen:

- Aceite de oliva virgen extra: Acidez igual o inferior a 0,8º
- Aceita de oliva virgen: acidez igual o inferior 2º
- Aceite de oliva virgen lampante: acidez superior a 2º

2 . Aceite de oliva refinado: acidez igual o inferior a 0,3º

3. Aceite de oliva: acidez igual o inferior a 1º

4. Aceite de orujo de oliva.

- Aceite de orujo de oliva crudo.
- Aceite de orujo de oliva refinado.
- Aceite de orujo de oliva.

Las partidas que se estudian en la siguiente nota sectorial son las siguientes:

PARTIDA	DESCRIPCIÓN
15.09	ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

15.10	LOS DEMAS ACEITES Y SUS FRACCIONES OBTENIDOS EXCLUSIVAMENTE DE LA ACEITUNA, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE, Y MEZCLAS DE ESTOS ACEITES O FRACCIONES CON LOS ACEITES O FRACCIONES DE LA PARTIDA 1509
-------	---

La partida cuyo código es el 15.09 es el aceite de oliva, mientras que la 15.10 es el aceite de orujo de oliva.

2. CRISIS DEL ACEITE DE ORUJO DE OLIVA

El 3 de julio de 2001 Sanidad decretó una alerta alimentaria con relación al aceite de orujo que supuso la inmovilización cautelar de todas las cantidades de este producto que se encontraban a la venta tanto en el mercado nacional como en el exterior. Según los productores, esta medida causó una "auténtica alarma social sobre un producto que reunía todos los requisitos exigidos tanto por la normativa nacional como comunitaria". Esta crisis originó la prohibición de esta partida en Arabia Saudí. Es por eso por lo que en el año 2001 decrecen nuestras exportaciones totales de productos alimenticios de manera significativa cuando la exportación total española de ese mismo año a Arabia Saudí había crecido un 16%. Esto refleja la importancia que tenía el aceite de orujo en las exportaciones españolas a Arabia Saudí. Debemos señalar que las exportaciones de aceite de orujo estuvieron prohibidas en este país hasta Junio de 2005.

A partir del año 2001 vemos que la exportación de aceite de oliva y sus derivados (aceite de oliva y aceite de orujo de oliva) cae significativamente: de más de 12,8 millones de euros en el 2000, se pasa a 6,7 millones en el 2001 y 4,8 millones en 2002, lo cual muestra que gran parte de las exportaciones de aceite al país eran de orujo de oliva. Sin embargo a partir de ese año se empezaron a recuperar las exportaciones debido al incremento de las exportaciones de aceite de oliva (partida 15.09).

3. SITUACIÓN DEL SECTOR EN EL MUNDO

Las exportaciones mundiales de **aceite de orujo de oliva** según los exportadores, fueron de cerca de 230 millones de dólares USA (180 millones Euros) en el 2005. Como se puede observar en la siguiente tabla, las exportaciones de este producto han experimentado un importante crecimiento, duplicándose en el periodo que va desde 2000 hasta 2005, recuperándose tras el importante descenso sufrido en el 2001. Esta caída afectó a España en valores absolutos, que exportó 4,6 millones de dólares USA (3,6 millones de Euros) menos que el año anterior. Sin embargo, fue capaz de incrementar ligeramente la cuota de mercado que tenía en el 2000. El otro gran exportador mundial de aceite de orujo de oliva, Italia, experimentó una evolución similar como se puede observar en las siguientes tablas.

Exportaciones mundiales de la partida 15.10

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Italia	\$41.000.772	\$35.046.692	\$37.395.048	\$49.442.483	\$66.029.258	\$90.285.744
España	\$26.328.776	\$21.752.840	\$38.787.608	\$46.241.518	\$57.207.649	\$86.534.494

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

Total	\$109.210.458	\$85.204.727	\$104.536.241	\$136.444.360	\$177.224.070	\$229.974.241
-------	---------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Fuente: bases de datos de la Organización de las Naciones Unidas

Tradicionalmente, los mayores exportadores de aceite de orujo de oliva han sido España e Italia, y entre los dos han copado alrededor de un 70 % del mercado mundial de media en los últimos años. En los años 2000 y 2001, Italia tenía alrededor de un 15% más de cuota de mercado que España, pero en los últimos años esta diferencia se ha reducido, equiparándose las exportaciones de ambos países como se puede observar en la siguiente tabla.

% Exportaciones mundiales de la partida 15.10

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Italia	38%	41%	36%	36%	37%	39%
España	24%	26%	37%	34%	32%	38%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: bases de datos de la Organización de las Naciones Unidas

Se puede observar por lo tanto, que salvo una recesión sufrida en el 2001, el sector está en franco crecimiento.

Instituciones Internacionales

El **Consejo Internacional Oleícola**, cuya sede central está en Madrid, tiene como actividades principales la promoción del aceite de oliva supervisando la producción, definiendo los estándares de calidad y controlando la autenticidad de la producción.

www.internationaloliveoil.org

Hay que destacar la **conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo**, donde se firmó un Convenio Internacional del Aceite de Oliva y las Aceitunas de Mesa en el 2005 que sentó las bases para establecer un marco de cooperación entre los productores de aceitunas y aceite de oliva. Para información más detallada sobre las disposiciones tomadas en la conferencia, se recomienda acudir al siguiente enlace:

www.unctad.org/sp/docs/tdoliveoil10d6_sp.pdf

III. EL SECTOR EN ARABIA SAUDÍ

1. COYUNTURA ACTUAL

Arabia Saudí es el mercado de productos alimenticios más grande y de mayor crecimiento en la región del Golfo. El mercado de los productos alimenticios en Arabia Saudí supera los 5.000 millones de dólares USA. Se estima que la producción local de productos alimenticios supone el 20% de dicho mercado. Arabia Saudí está incrementando en los últimos años su producción local de productos alimenticios y en algunos productos es totalmente autosuficiente (como es el caso de la leche, de la pasta, del tomate, etc.). No es este el caso del aceite de orujo de oliva o del aceite de oliva, del cual existe cierta producción local, aunque no es suficiente para satisfacer la elevada demanda nacional. No obstante, las importaciones de productos alimenticios han crecido en los últimos años, esto se explica por el importante incremento de la población año tras año.

2. PRODUCCIÓN

No existen importantes productores de aceite de oliva en Arabia Saudí. Sin embargo, se encuentra en franco crecimiento por la alta demanda interna y el crecimiento que el sector de aceite de oliva está disfrutando en el país. Entre las principales empresas locales que se dedican a la producción de aceite de oliva podemos encontrar:

Al Jouf Agricultural Development Company: www.aljouf.com.sa

AJWA Group for Food Industries: www.ajwagroup.com

3. COMERCIO EXTERIOR

Debemos recordar lo anteriormente señalado referente a la crisis sufrida a raíz de la prohibición de importar aceite de orujo procedente de España, lo cual supuso un importante receso en la evolución de nuestras exportaciones de aceite.

El aceite de orujo de oliva suponía alrededor del 60% del total de aceite exportado por España a Arabia Saudí antes de su prohibición. No obstante, esta prohibición ya se levantó (en Junio de 2005) y se ha

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

comenzado a exportar de nuevo aceite de orujo español, de manera que las expectativas son muy halagüeñas, ya que el aceite de oliva español tiene muy buena aceptación en este país. Además cabe señalar la compra de una marca italiana (una de las principales en este mercado y probablemente la que se percibe como de mayor calidad entre los consumidores) por una compañía española, de manera que la presencia española en este mercado va a ser aún mayor. Es habitual encontrar en el mercado saudí aceite de oliva de marcas españolas, así como también marcas saudíes que importan aceite de oliva desde España y lo comercializan con el nombre de la compañía saudí. En este último caso, lo que suelen hacer es comprar el aceite de oliva ya envasado en España, pero con el nombre de la compañía saudí, y rara vez lo compran a granel y lo envasan en Arabia Saudí. El aceite de oliva español es percibido como el de mayor calidad (aunque algunas veces comparte dicho protagonismo con el italiano), y goza de una buena relación calidad precio, ya que aunque el precio suele ser elevado este se corresponde con la calidad que tiene. Más aún cuando se trata de aceites extra virgen, en cuyo caso el consumidor no se preocupa tanto del precio, sino de la calidad este, que muchas veces la identifica con una marca y otras veces con la procedencia (como podría ser de España o de Italia). La competencia española no es poca en el mercado del aceite de oliva, ya que a raíz de la crisis del aceite de orujo se perdió una importante cuota de mercado en favor de países como Turquía (que tienen buena calidad y que son más baratos). Así pues, España compite en calidad con Italia, y por otro lado tiene competidores más baratos como Jordania, Turquía, Túnez, Siria, Grecia y la propia Arabia Saudí que también produce aceite de oliva. El período máximo autorizado para exponer este producto en los puntos de venta (product shelf life) es de 1 año, lo cual supone una importante barrera no arancelaria a la exportación de este producto, si bien alguno de los importadores entrevistados admite que no siempre se cumple este periodo.

Arabia Saudí era en el 2000 el principal destino de las exportaciones de **aceite de orujo de oliva español**, con un 28% del total del valor total de las exportaciones españolas de este producto al mundo, seguido de un 12% por los Emiratos Árabes Unidos. Sin embargo, tras las crisis provocada por la existencia de partidas no aptas para el consumo humano en este producto, Arabia Saudí y los demás países del Consejo de Cooperación del Golfo (Arabia Saudí, Bahrain, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait, Omán y Qatar) dejaron de importar el aceite de orujo de oliva, de manera que en el 2001, las importaciones se redujeron considerablemente. Así, el 10% de las exportaciones españolas de aceite de orujo al mundo tuvieron como destino Arabia Saudí, siendo nulo durante los años posteriores hasta que en el 2005 se levantó la prohibición de importación, alcanzando 2% de las exportaciones de aceite de orujo de oliva que España realizó a todo el mundo. Estas cifras aunque modestas, son bastante halagüeñas teniendo en cuenta que las exportaciones comenzaron a volver a hacerse efectivas en el segundo semestre del año.

Sin embargo, las exportaciones totales de aceite de orujo de oliva de España al mundo no se vieron afectadas por el descenso de las importaciones desde Arabia Saudí. Solamente en el año 2001 se registró un descenso del 17% de las exportaciones totales. A partir de ese año se experimentaron importantes subidas en el valor de las exportaciones como se puede ver en la siguiente tabla.

Porcentaje de variación de las exportaciones de aceite de orujo de oliva de España al mundo

2001	2002	2003	2004	2005
-17%	+78%	+19%	+24%	+51%

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

Este sorprendente comportamiento fue debido principalmente al espectacular incremento de las exportaciones a Italia y Estados Unidos.

Es importante señalar que según los datos de las aduanas españolas, las exportaciones a Arabia Saudí de la partida 15.10 han alcanzado hasta junio de 2006 el valor de 2,47 millones Euros (datos de Aduanas de España), lo cual supone un importante incremento con respecto a los 1,43 millones dólares USA (1,12 millones de Euros) de 2005. Parece por lo tanto que se están recuperando las exportaciones aunque a un ritmo todavía lento, ya que queda un largo camino por recorrer hasta alcanzar la situación que se tenía en 2000. Como se puede observar en la siguiente tabla, las importaciones saudíes de aceite de orujo de oliva son casi en su totalidad españolas, debido a la buena imagen que se tiene de este producto. Tanto es así, que las exportaciones españolas no fueron sustituidas por productos de otras nacionalidades como cabría pensar. El resto de importaciones provenían principalmente de Qatar en 2000 y 2001, de Grecia en 2002, Reino Unido en 2003 y Yemen en 2004.

Importaciones saudíes de la partida 15.10

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
España	\$7.495.384	\$2.218.756	0	0	0	\$1.438.605
Resto	\$284.869	\$200.105	\$30.807	\$28.302	\$12.312	\$104

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas

No ha ocurrido lo mismo con el **aceite de oliva**, cuyas exportaciones no se han visto demasiado afectadas por la crisis del aceite de orujo. Como se puede observar en las siguientes tablas, la cuota de mercado de España solo sufrió un ligero retroceso en el 2002 y 2003, pero ha mantenido su posición de principal exportador a Arabia Saudí durante todo este periodo. Cabe destacar la aparición de nuevos competidores en el mercado, principalmente Turquía, Siria y Túnez en menor medida, además del tradicional competidor Italia. De hecho, entre 2000 y 2004, las exportaciones de estos cinco países supusieron alrededor del 96% del total de importaciones saudíes de aceite de oliva. Esto es debido a que la imagen de los productos alimenticios españoles es muy buena, especialmente la del aceite de oliva.

Importaciones saudíes de la partida 15.09

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
España	\$5.367.407	\$4.541.593	\$4.800.255	\$6.529.628	\$7.164.353	\$6.174.107
Italia	\$4.814.849	\$433.115	\$92.461	\$3.922.950	\$5.044.170	\$5.772.652
Turquía	\$2.639.871	\$4.119.947	\$3.084.063	\$4.688.839	\$5.840.293	\$4.184.501
Siria	\$0	\$0	\$3.764.152	\$3.660.584	\$3.200.271	\$0
Túnez	\$862.434	\$1.783.286	\$1.913.160	\$691.456	\$319.049	\$0
Total	\$14.085.959	\$11.507.736	\$14.017.819	\$20.345.900	\$22.552.275	\$17.106.317

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas

En la siguiente tabla se puede observar la evolución de la cuota de mercado de aceite de oliva por países en Arabia Saudí.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

Cuota de mercado de los principales exportadores de la partida 15.09 a Arabia Saudí

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
España	38%	39%	34%	32%	32%	36%
Italia	34%	4%	1%	19%	22%	34%
Turquía	19%	36%	22%	23%	26%	24%
Siria	0%	0%	27%	18%	14%	0%
Túnez	6%	15%	14%	3%	1%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas

4. ENTRADA EN EL MERCADO SAUDÍ

4.1. Factores y Canales de distribución

Como ya se ha comentado, Arabia Saudí es un mercado óptimo para cualquier exportador español de productos alimenticios, y más en concreto de aceite de oliva. Existe un gran interés por este producto en el país árabe y eso facilita la entrada de los productos españoles en el sector.

El medio de pago utilizado al principio de una relación comercial debe ser el crédito documentario, por las garantías que este medio proporciona. No obstante, a medida que la relación se va consolidando esperan que se vaya progresivamente cambiando a medios de pago más cómodos para las partes, fruto de la confianza entre ellos (como pueden ser las transferencias bancarias). No obstante, el medio que consideramos siempre como el más apropiado para las transacciones comerciales es el mencionado crédito documentario.

La forma de entrada más recomendable es mediante un distribuidor local que tenga conocimiento del mercado, ya que las grandes superficies y distintos puntos de venta prefieren adquirir sus productos de empresas locales, y no directamente de los exportadores, ya que los primeros les dan un servicio más directo. Además, los mayoristas serán capaces de ofrecer descuentos a los puntos de venta, al disponer de una cartera de productos muy amplia, de manera que se pueden permitir hacer mayores descuentos por volumen de compra totales que los que les pueden ofrecer las compañías españolas.

4.2. Aranceles y Estándares

Los aranceles sobre el aceite de oliva y de orujo de oliva son reducidos en Arabia Saudí al tratarse de un país eminentemente importador de estos productos. Es por lo tanto un mercado óptimo donde entrar, al existir una creciente aunque todavía pequeña competencia local (aunque mucha extranjera), y un ambiente favorecedor de las importaciones de estos productos. No existen impuestos indirectos sobre el consumo.

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	ARANCEL
---------	-------------	---------

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

15.09	ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE	5%
15.10	LOS DEMAS ACEITES Y SUS FRACCIONES OBTENIDOS EXCLUSIVAMENTE DE LA ACEITUNA, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE, Y MEZCLAS DE ESTOS ACEITES O FRACCIONES CON LOS ACEITES O FRACCIONES DE LA PARTIDA 1509	5%

Fuente: Aduanas de Arabia Saudí

4.3. Barreras de entrada

Las principales barreras que el exportador se va a encontrar son las relativas al etiquetado, las referentes al período máximo autorizado para exponer los productos en los puntos de venta ("product shelf life"), así como la estricta regulación de las fechas de producción y caducidad y etiquetado en árabe.

Etiquetado

Requisitos Generales

Los requisitos relativos al etiquetado vienen regulados por el Gulf Standard 9/1995, que es una amplia norma del Consejo de Cooperación del Golfo.

Las etiquetas de los productos de alimentación envasados deben estar en lengua árabe. Cuando se emplea alguna lengua más aparte de la árabe en el etiquetado, la información descrita en los otros idiomas debe ser la misma que la descrita en lengua árabe. En la práctica, una etiqueta adhesiva incorporada al etiquetado original del producto es suficiente, aunque debido al clima del país se recomienda el uso de la serigrafía. Los contenidos mínimos que deben tener las etiquetas son:

1. Nombre del producto: específico y no genérico. No deben ser usados nombres y frases provocativas para la religión islámica, así como símbolos y marcas prohibidas en los países islámicos, como la señal de la cruz, etc.
2. Lista de ingredientes: lista de ingredientes completa en orden descendiente de proporción, incluyendo los aditivos permitidos según los estándares y legislación saudíes o internacionales como los conservantes, colorantes, etc.
3. Contenido neto en unidades métricas (volumen para los líquidos).
4. Nombre y dirección del fabricante, envasador, distribuidor, importador, exportador o vendedor.
5. Instrucciones especiales de almacenamiento, transporte y preparación, si proceden.
6. Aditivos.
7. País de origen.
8. Vida útil: la vida útil sólo puede ser expresada declarando de forma clara y no ambigua las fechas de producción y de caducidad. Está permitido el empleo de las siguientes maneras de expresar fecha de caducidad:
9. Fecha de caducidad (dd/mm/aa)
10. Use by(fecha)
11. Fit fordesde la fecha de producción
12. Use before.....(fecha)
13. Sell by.....(fecha)

14. Se entiende que la fecha de producción es el primer día del mes especificado y la fecha de caducidad el último día del mes especificado en último lugar (ejemplo: un producto con vida útil de 1 año sería mostrado como Jan.05 - Dec.05).

Las sobreimpresiones, impresiones o estampados que se puedan borrar de cualquiera de las fechas que tengan relación con las fechas que señalan la vida útil de los productos no están permitidas. De todas formas (si bien se recomienda el uso de la serigrafía) un único adhesivo que proporcione en árabe toda la información contenida en la etiqueta original está permitido en un producto envasado siempre y cuando el adhesivo no cubra u oculte los detalles de la etiqueta original. Los materiales y métodos de envasado deberían ser adecuados para evitar cualquier reacción del material con que se envasa y su contenido.

A modo de consejo, se recomienda que, a la hora de organizar un pedido para un importador saudí, el exportador contraste con él la información contenida en su propia etiqueta, incluyendo fechas de producción/caducidad.

Requisitos Adicionales

Además de los requisitos establecidos en el reglamento GCC 9/1995, para aditivos alimentarios y antioxidantes usados en alimentación se debe declarar en etiquetado la siguiente información:

Para colorantes, sus mezclas, preparaciones y diluyentes empleados en alimentos, se debe declarar la siguiente información adicional:

- Nombre común
- Número índice del color
- Nombre del disolvente o diluyente
- Fechas de producción y caducidad en una manera no codificada (día-mes-año)
- Pureza del tinte.
- La declaración "Free from alcohol" ("Libre de alcohol")
- La declaración "Color matter for use in foodstuffs" ("Colorante para uso alimentario")

4.4. Formalidades de exportación

Los documentos necesarios para la exportación de las partidas 15.09 y 15.10 son los siguientes:

Declaración de importación: impreso para las aduanas saudíes, que debe especificar la información requerida en los mismos y el valor de las mercancías que contiene.

Factura comercial: es un documento donde se especifican los detalles de la transacción. No se requiere una forma específica pero debe estar preparada en inglés o árabe, y debe aparecer el membrete de la empresa exportadora. Debe presentarse por triplicado y ha de estar certificada por la Cámara de Comercio e Industria española correspondiente u otra autoridad responsable. Además, se debe legalizar la factura por el consulado de Arabia Saudí o por uno de los otros países miembros del CCG (Bahrain, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait, Omán y Qatar)

Los contenidos mínimos de la factura comercial son:

- Nombre del expedidor y su nacionalidad y nombre del destinatario

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

- Descripción precisa de la mercancía
- Fecha de salida
- Lugares de embarque y desembarque
- Nombre del buque o compañía aérea
- Las cantidades, peso bruto y neto.
- Precios unitarios
- Valor total de la expedición
- Términos de entrega y pago
- Código arancelario (6 dígitos HS)

Packing list: es un documento que contiene los detalles de la expedición. Sirve de base a la hora de aplicar el tratamiento aduanero correspondiente. La información que debe contener es la siguiente:

- Código aduanero
- Número de bultos
- Tipo de embalaje
- Contenido de los bultos
- Peso bruto y neto

Este documento tiene que ser certificado en la Cámara de Comercio correspondiente primero y después por el consulado de Arabia Saudí (o de uno de los otros 5 países miembros del CCG). Debe estar preparado en inglés o árabe por duplicado.

Certificado de origen: es un documento que certifica el origen de las mercancías que van a ser introducidas en el país. Son necesarios dos ejemplares, certificados por la Cámara de Comercio e Industria correspondiente y firmado por el consulado de Arabia Saudí en España.

Los datos que debe contener son:

- Nombre, nacionalidad y dirección completa del productor.
- El origen de cada uno de los artículos que envían.

Conocimiento de embarque (Airway Bill): es un documento que certifica la existencia de un contrato de transporte entre el expedidor y el transportista. Deben presentarse tres o más copias, una de ellas al Consulado de Arabia Saudí en España. Debe concordar con los datos de la factura comercial y especificar la descripción de las mercancías, valor, peso bruto y neto, volumen y medida, marcas, número de bultos, nombre y dirección del consignatario (importador saudí) y del expedidor, nombre y domicilio de la compañía naviera y/o agente de transportes, nombre del buque y fecha de salida del puerto, puerto de carga y puerto de descarga. Las marcas y números deben concordar con las que figuran en la factura y en los envases.

Bill of Lading: es un documento que especifica los detalles de la transacción. Sirve de prueba de que el transportista ha recibido la mercancía y es necesario para la autorización aduanera.

Certificado de seguro: Este certificado (emitido por una compañía de seguros) debe contener el valor real del seguro, la descripción y el valor de las mercancías aseguradas, el nombre del buque, puerto de carga y puerto de descarga Saudí, y nombre y domicilio del beneficiario.

Además, la "Declaración añadida a la póliza de seguro" (disponible en los consulados saudíes) debe declarar que la compañía aseguradora tiene un agente o representante debidamente nombrado y cualificado, aportando su nombre y dirección completa.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

Registro de marca: en el caso de que se vaya a comercializar directamente bajo la denominación de una marca, esta debe estar registrada en el Ministerio de Comercio e Industria Saudí. Los datos de contacto del mismo se detallan más adelante.

Declaración estadística de comercio entre países del CCG: en el caso de que se vaya a transportar la mercancía entre alguno de los países del CCG, se debe presentar este documento. Las mercancías pueden circular libremente entre los países miembros una vez que hayan pasado por una de sus aduanas. En los anexos se adjunta un modelo del documento.

Certificado de análisis: es un documento que certifica que se han llevado a cabo los análisis biológicos, físicos y químicos necesarios en el país de origen. Se acepta el certificado de un laboratorio español si el análisis revela toda la información necesaria para su entrada en el país.

Los datos mínimos del certificado son:

- Origen de las mercancías
- Fechas de los análisis
- Nombre y dirección completos del laboratorio
- Descripción de las muestras y sus características
- Métodos y resultados de los análisis físico-químicos
- Métodos y resultados de los análisis biológicos, incluyendo el contenido de gérmenes por gramo.
- Una declaración de que la mercancía es apta para el consumo humano
- Firma del director del laboratorio

Debe presentarse el original.

Además, el importador debe tener nacionalidad saudí, y estar registrado en el Ministerio de Comercio. Un requisito esencial para la importación de estos productos es necesario el acompañamiento de un certificado de conformidad con los estándares saudíes emitidos por la Saudi Arabian Standard Authority (SASO).

Actualmente SASO (Organización Saudí de Estándares) es la única organización saudí encargada de establecer los estándares nacionales para todos los productos, medidas, métodos de prueba, símbolos meteorológicos y terminología, definiciones del producto, medidas de seguridad, y pruebas medioambientales.

www.saso.org.sa

IV. CONCLUSIONES

Arabia Saudí es un país con más de 24 millones de habitantes, lo cual le convierte en el **mercado más grande** de la región, y que puede servir de puerta de acceso al resto de países de la zona, especialmente los pertenecientes al Consejo de Cooperación del Golfo (Arabia Saudí, Bahrain, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait, Omán y Qatar) debido a la Unión Aduanera existente entre estos países.

Los mayores exportadores mundiales de aceite de orujo son **Italia y España**, que se han repartido alrededor del 70% de las exportaciones totales de este producto en los últimos años (77% en el 2005), siendo los Estados Unidos el principal destino del aceite de orujo de oliva de ambos países desde que se produjera la crisis del aceite de orujo en 2001.

España es el mayor productor de olivos a nivel mundial, con una cuota estimada del 43% sobre el total de producción olivarera del mundo en 2003.

El aceite de oliva español disfruta de una buena imagen en Arabia Saudí, y es tradicionalmente el mayor exportador tanto de aceite de oliva, como de aceite de orujo de oliva. La crisis no ha afectado significativamente a la cuota que España tenía en el mercado saudí del aceite de oliva, manteniéndose entre el 32 y el 39% del total de exportaciones desde el 2000 al 2005.

Las exportaciones españolas a Arabia Saudí de aceite de orujo de oliva están lejos de los niveles del año 2000, pero se encuentran en franco crecimiento, sobre todo si se tienen en cuenta los últimos datos disponibles en 2006.

La forma de entrada más recomendable al mercado saudí es mediante un **agente o distribuidor** que conozca el mercado y tenga en su cartera de clientes a minoristas y grandes supermercados. Para la venta directa a minoristas hay que tener una importante experiencia y contactos afianzados entre los mismos. Sólo en este caso se puede evitar al intermediario, teniendo que realizar un esfuerzo continuo de fidelización y una política de precios reducidos para mantenerlos.

Es muy importante la aplicación estricta de la normativa sobre **etiquetado**, ya que de lo contrario se pueden tener problemas con las autoridades locales que prohibirán la entrada de la mercancía.

Por último, se recomienda destacar la **denominación de origen de España**, ya que esta es percibida como de una calidad muy elevada, solamente comparable a la imagen del aceite italiano.

Por todo ello, y como conclusión, se puede afirmar que Arabia Saudí se trata de un mercado muy interesante para los exportadores españoles de aceite de oliva y aceite de orujo de oliva, y que con una adecuada estrategia de exportación se pueden obtener resultados muy positivos.

V. DIRECCIONES DE INTERÉS

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN RIAD

Faisaliah Tower, 11th floor.

P.O. Box 94327

Riyadh 11693

riad@mcx.es

Tel. : +966 1 2734707 / +966 1 4645125 / +966 1 4612153

Fax : +966 1 2734705 / +966 1 4621303

EMBAJADA DE ESPAÑA EN ARABIA SAUDÍ

Diplomatic Quarter

Riyadh

Tel: +966 1 4880606

Fax: +966 1 4880420

embespas@mail.mae.es / embespas@nesma.net.sa

EMBAJADA DE ARABIA SAUDÍ EN ESPAÑA

TEL: (0034) 91 393 22 29 / 383 43 00

FAX: (0034) 91 302 11 45

www.arabiasaudi.org

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

P.O. Box 1774

Riyadh 11162

Tel: +966 1 4012222 / +968 1 4014708

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Riad

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

Fax: +966 1 4038421 / +966 1 4026640

info@commerce.gov.sa

www.commerce.gov.sa

ORGANIZACIÓN DE ESTÁNDARES DE ARABIA SAUDÍ (SASO)

P.O. Box 3437

Riyadh 11471

Tel: 966 1 4520000

Fax: 966 1 4520086

Centro de Información:

Tel: +966 1 4520132

Fax: +966 1 4520193

enquiries@saso.org.sa

www.saso.org.sa

AUTORIDAD DE ADUANAS DE ARABIA SAUDÍ

E-mail: webmaster@customs.gov.sa

www.customs.gov.sa

CONSEJO DE COOPERACIÓN DEL GOLFO ARÁBIGO (CCG)

Tel: +966 1 482 7777

Fax: +966 1 482 90 89

www.gcc-sg.org

VI. PRINCIPALES FERIAS DE INTERÉS

FOOD & HOTEL ARABIA

LUGAR: Jeddah International Exhibition & Convention Centre (Jeddah)

FECHA: 13 - 17 mayo 2007

Al Harithy Company for Exhibitions Ltd.

P.O.Box – 40740

Jeddah – 21511

Kingdom of Saudi Arabia

Tel. + 966 2 6546384

Fax. + 966 2 6546853

www.acexpos.com

www.acexpos.com/exhibitions/6/data/brochure.pdf

SAUDI FOOD

LUGAR: Riyadh Exhibition Centre (Riyadh)

FECHA: 29 octubre - 1 noviembre 2007

P.O.Box 56010 Riyadh 11554

Kingdom of Saudi Arabia

Tel: +966 1 4541448

Fax at: +966 1 4544846

e-mail: esales@recexpo.com

www.recexpo.com

SAUDI HOTEL & RESTAURANT

LUGAR: Riyadh Exhibition Centre (Riyadh)

FECHA: 29 octubre - 1 noviembre 2007

P.O.Box 56010 Riyadh 11554

Kingdom of Saudi Arabia

Tel: +966 1 4541448

Fax at: +966 1 4544846

e-mail: esales@recexpo.com

www.recexpo.com

ICEX

VII. PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR

PRINCIPALES DISTRIBUIDORES

ARABIAN FOOD SUPPLIES

Mr Mike Saeed

TEL: +966 2 664 4333

FAX: +966 2 665 2669

afssrs@zajil.net

www.afsretail.com

HALWANI BROS. CO. LTD.

Mr Tarek Al Harthy

TEL : +966 2 636 6667

FAX : +966 2 637 6667

info@halawani.com.sa

www.halwani.com.sa

KINANA CO. FOR TRADING & CONTRACTING

Mr Omar M. Jamjoom, Food Stuff Manager

TEL: +966 2 604 09 12

FAX: +966 2 604 09 16

E.mail: jamjom@dmp.net.sa

BASAMH MARKETING EST.

Mr Bakr Basamah, General Manager

TEL: +966 2 660 45 12

FAX: +966 2 667 10 28

info@basamh.com

www.basamh.com

ORIENT PROVISION & TRADING COMPANY LIMITED

Mr Mohammad Saleem

TEL: +966 2 669 09 99

FAX: +966 2 660 92 01

opctl@opctl.net

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

ISLAM COMMERCIAL ENTERPRISES

Mr Arm Khalifa

TEL: +966 2 688 4667 - 688 5282

FAX: +966 2 680 9445

ice@zajil.net

ABBAR & ZAINY COLD STORES

Mr. Abdulaziz al Ghamdi

TEL: +966 2 647 4000 - 636 9368 - 647 3563

FAX: +966 2 647 0806

azcsjed@azcs.net

AL MEHBAAJ TRADING EST.

Mr Mohammed Ayman Al Masri

TEL: +966 1 460 0062

FAX: +966 1 460 3371

amrudeen@hotmail.com

ALPHA TRADING & SHIPPING AGENCIES LTD.

Mr. Loucas Ellinas

TEL: +966 2 644 0808

FAX: +966 2 642 1188

central@alpha-trading.com

www.alpha-trading.com

AL MUNAJEM

Mr Saleh A. Al Munajem , Commercial Manager

TEL: +966 1 475 5555

FAX: +966 1 476 4318 - 476 9476

www.munajem.com

AL REEF EST. FOR SUPPLY & IMPORT

Mr Attiaa Hamaideh, Finance Manager

TEL: +966 1 411 0338 - 411 0822

FAX: +966 1 411 0355

E-mail: alreef@alreef.org

BA ABDALLAH TRADING EST.

Mr Reda Galal

TEL: +966 2 647 6947

FAX: +966 2 648 3110

E-mail: adel111111@hotmail.com

AL ALANDA EST. FOR TRADING

Mr Mohammed Waleed

TEL: +966 2 669 0074

FAX: +966 2 660 5673

E-mail: rcsjeddah@yahoo.com

AL JAZIRAH COLD STORE

Mr Abdullah Hassan Shahata or Mr Jusuf

TEL: +966 2 631 6770

FAX: +966 2 631 5736

E-mail: jaziracold@sol.net.sa

ALSHAGAA TRADING AGENCIES

Mr Salar Mohammed Iqbal, Sales Executive

TEL: +966 2 643 3313 / 642 1318

FAX: +966 2 642 6274

E-mail: shagaa@zajil.net

SAUDI PAN GULF

Mr Dumasia Yezad

TEL: +966 3 867 0333 #160,152

FAX: +966 3 867 3866

spgcorp@sahara.com.sa

www.saudipangulf.com

AL ENTISAR TRADING EST.

Mr Ishak O. Lakka, General Manager

TEL: +966 1 462 3369 / 462 6545

FAX: +966 1 465 6659

E-mail: alentisar@awalnet.net.sa

FAMILY FOOD SUPPLIES COMPANY

Mr Husam A. Amoudi, General Manager

TEL: +966 3 882 62 92 / 7052 / 7180 / +966 1 241 2813 / +966 1 242 0416

FAX: +966 3 882 68 39 / +966 1 241 4706

E-mail: family_food_ksa@yahoo.com

FAST FOOD MARKETERS CO.

Mr Mohammed Saleem Qassim

TEL: +966 1 241 5072

FAX: +966 1 241 3555

E-mail: fastfood@ae.net.sa

MOHAMMAD BAWAZIR FOR TRADING

Mr I. Asadi, Marketing Development Manager

TEL: +966 1 660 1160

FAX: +966 1 665 6729

E-mail: mbt2000ksa@sps.net.sa

SUPERMERCADOS

AL RAYA SUPERMARKET

Mr Jamal Ismail, Foodstuff Purchasing Manager

TEL: +966 2 698 0029

FAX: +966 2 698 1897

www.alraya.com.sa

AL OTHAIM COMMERCIAL GROUP

Mr Khalid Binaoun

TEL: +966 1 491 99 99 #135, 181

FAX: +966 1 493 32 64

info@othaim.com

www.othaim.com

CARREFOUR HYPERMARKETS

Mr. Boudi Ghandour, Food Purchasing Manager

TEL: +966 1 474 9900

FAX: +966 1 477 9911

www.carrefourksa.com

AL AZIZIA PANDA CO. (TAKHASOSI)

Mr Mohammed Saeed Al Harbi, Purchasing Manager

TEL: +966 1 480 30 00

FAX: +966 1 480 20 00

info@panda.com.sa

www.panda.com.sa

AL JAZEERAH SUPER STORE CO. LTD.

Mr Mohammed Abdullah, Foodstuff Purchasing Manager

TEL: +966 1 464 10 13

FAX: +966 1 465 58 26

www.aljazeera.com

AL SADHAN SUPERMARKETS (OLAYA)

Mr Khaled Al Sadhan, Purchasing Manager

TEL: +966 1 208 22 22

FAX: +966 1 445 46 18

alsadhan@al-sadhan.com

www.alsadhanstores.com

SARAWAT SUPERMARKET (ARABIAN STORES CO.)

Mr Mohammed N. Iqbal, Foodstuff Purchasing Manager

TEL: +966 2 698 22 90

FAX: +966 2 698 26 04

mb@sarawat.com.sa

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

BIN DAWOOD SUPERSTORES

Mr Ibrahim Mahfooz, Foodstuff Purchasing Manager

TEL: +966 2 663 21 80

FAX: +966 2 663 21 80 #126

info@bindawood.com

www.bindawood.com

DANUBE CO. FOR FOODSTUFFS & COMMODITIES

Mr Mohammed Osman, Foodstuff Purchasing Manager

TEL: +966 2 663 21 80 # 112

FAX: +966 2 663 21 80 # 222

E-mail: info@bindawood.com

www.bindawood.com

TAMIMI SAFEWAY GROUP OF COMPANIES

Mr John Right, Foodstuff Purchasing Manager

TEL: +966 3 847 4050

FAX: +966 3 847 1592

tamimi-ho@al-tamimi.com

www.al-tamimi.com

GEANT SAUDI LIMITED

Mohammed Adil , Chief Executive Officer

TEL: +966 1-209-6666

FAX: +966 1-209-6555

E-mail: aftersales1@geantsaudi.com.sa

www.geantsaudi.com.sa

AL DHAHRY GROUP

Sa'ad Mohammed Al-Dhahry, General Manager

TEL: +966 1-232-0242

FAX: +966 1-231-5317

E.mail: hala@al-dhahry-group.com

www.al-dhahry-group.com

ARABIAN MARKETING CO. LTD. "EUROMARCHÉ"

Mr Michael Arnold, Managing Director

TEL: +966 1 482 54 53

FAX: +966 1 482 55 29

adel@euromarche.com

www.euromarche.com

VIII. OTROS CONTACTOS DE INTERÉS

A.K. AL MUHAIDIB & SONS GROUP OF COMPANIES

Essam Abdulkadir Al Muhaidib, Managing Director

TEL: +966 3-832-2033

FAX: +966 3-833-6082

E-mail: mail@muhaidib.com

www.muhaidib.com

MAWARID FOOD GROUP

Mr Maghboul Hassan M. Ali, Director of Procurement

TEL: +966 1 241 91 04

FAX: +966 1 270 82 30

www.mawarid.net/

KHALIFA ABDULRAHMAN ALGOSAIBI COLD STORES

Mr Saher Al-Ayuan, General Manager

TEL: +966 3 868 14 42

FAX: +966 3 868 15 15

inquiries@algosaibi.com.sa

www.algosaibi-holding.com

MOHAMMED SAEED ABDULRAHIM AL-AMOUDI EST.

Mr Mohammed Al-Almoudi, General Manager

TEL: +966 2 647 41 51

FAX: +966 2 647 51 05

E-mail: info@msaest.com

AL MADINA COMPANY FOR IMPORTING

Mr Khalid Al-Olayan, General Manager

TEL: +966 1 478 72 21

FAX: +966 1 478 18 37

E-mail: khaledal_olayan@yahoo.com

MALAIKA TRADING CO. LTD.

Mr Ahmed Malaika, General Manager

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

TEL: +966 2 660 35 48 / 1629

FAX: +966 2 660 35 48

E-mail: primo@zajil.net

SAUDI BROTHERS COMMERCIAL CO.

Mr Fahad Al-Numaser, General Manager

TEL: +966 2 660 13 05 / 660 69 17 / 660 68 02

FAX: +966 2 660 81 40

ZAID FAHD AL-SULAIMAN CO. LTD.

Mr Said Al-Fahad, General Manager

TEL: +966 2 665 23 65

FAX: +966 2 631 61 89

E-mail: asad@zaidco.com

OMER KASIM ALESAYI AND COMPANY LIMITED

Mr Al Imuddan

TEL: +966 2 644 06 78 / 644 00 22

FAX: +966 2 644 08 42

MAHMOUD MOHAMMED NASHAR & PARTNERS

Mr Osama Hilmi, General Manager

TEL: +966 2 644 02 02

FAX: +966 2 642 67 41

E-mail: marketing@nashar.com

www.nashar.com

BATAWIL ESTABLISHMENT FOR TRADE

Mr Khalid Batamil, General Manager

TEL: +966 2 671 07 95 / 670 39 26 / 672 87 48

FAX: +966 2 670 39 26

bataweelest@hotmail.com

BERRI UNITED FOOD COMPANY

Mr Benesh Kochhar, General Manager

TEL: +966 3 362 04 28

FAX: +966 3 362 15 93

E-mail: info@alberri.com

www.alberri.com/index.html

ALMAWEED COMMERCIAL EST.

Mr Abdurahman Sahad Al-Muamit, General Manager

TEL: +966 3 833 05 75 / 833 20 18

FAX: +966 3 834 77 10

E-mail: arfahad@almaweed.com.sa

www.almaweed.com.sa

WATANI TRADING CO. SUPERSTORES

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Riad

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

Mr Navil Bahrawi, General Manager
TEL : +966 2 674 03 33
FAX : +966 2 671 03 90

SULEMAN SALIM BASUGMA EST.
Mr Khalil Ahmed, General Manager
TEL: +966 2 648 27 63 / 649 59 42
FAX: +966 2 648 23 28
E-mail: basugma@zajil.net

GTC OLAYAN - FOOD DIV
Mr Mohsen Sherif, Food Purchasing Manager
TEL : +966 2 678 2020 - 678 2316
FAX : +966 2 693 9200
E-mail : GTC@olayangroup.com
<http://www.olayan.com/group.asp?groupid=3>

LE GOURMET TRADING
Mr. M. Nazieh Al Turk
TEL: +966 1 465 6037 - 465 4737
FAX: +966 1 464 0086
E-mail: gourmet@cyberia.net.sa

SUPREME FOODS COMPANY LTD.
Mr Joseph Sandoz
TEL: +966 1 477 5192
FAX: +966 1 476 5865
E-mail: sfc@sfc-ksa.com
www.sfc-ksa.com

AL NUKALY INTERNATIONAL TRADING CO.
Mr. Mohammed Hamza Nukaly
TEL: +966 2 635 0009
FAX: +966 2 638 0728
E-mail: alnukaly@alnukaly.com
www.alnukaly.com.sa

AL AMIMANI EST
Mr. Nabeel Mahmoud Al Maimani
TEL: +966 2 647 5148 - 647 8202 - 647 5884
FAX: +966 2 648 1122
E-mail: almimany@cyberia.net.sa

ARROW FOOD DISTRIBUTION CO.
Mr. Elie Sioufi
TEL: +966 2 667 0105
FAX: +966 2 284 3031
www.syscono.com

MAZEN M. AL- SAEED EST. FOR FOOD & SUPPLY

Mr. A. Salam M. Qawwas

TEL: +966 3 864 4295

FAX: +966 3 893 0407

E-mail: mazen@alsaeedgroup.com

www.alsaeedgroup.com

SARAYA FOOD MARKETING LIMITED

Mr. Gazi Al Khateib

TEL: +966 2 665 9531

FAX: +966 2 660 8178

E-mail: sarayafood@yahoo.com

ARABIAN TRADING COMPANY FOR COLD STORAGE LIMITED

Mr. Qasem Alrijjal

TEL: +966 2 637 1239

FAX: +966 2 636 3687

E-mail: atc-jeddah@sps.net.com

UNITED TRADING CORPORATION

Mr Ahmad Haj

TEL: +966 3 887 0111

E-mail: contact@unitedgroup.com.sa

www.fresh.com.sa

SAUDI TRADING COMPANY LIMITED

Mr. Saad Abdul Hamid Ismail

TEL: +966 1 477 2329

FAX: +966 1 478 9932

AL ZAMIL FOOD INDUSTRIES LIMITED

Mr. Ali Abdallah Alyami

TEL: +966 3 341 5235

FAX: +966 3 341 8235

E-mail: info@zamil.com

www.zamil.com

ARABIAN FOOD CORPORATION

Mr. Abdulraouf Abuzinadah

TEL: +966 2 651 2820

FAX: +966 2 651 5622

E-mail: arabianfood@yahoo.com

ZAHID FAHD AL SULAIMAN TRD. EST.

Mr Ashraf Farouq Hassan, Branch Manager

TEL: +966 1 890 0211

FAX: +966 1 890 0230

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

E-mail: asad@zaidco.com

AL SHAYE GROUP TRADING CO.
Mr Saud A. Al Shaye, General Manager
TEL: +966 1 477 2169
FAX: +966 1 476 6009
E-mail: info@shaye.com.sa

SALEH & ABDULAZIZ ABAHSIN CO. LTD.
Mr Syed Khizar Ahmed, Manager
TEL: +966 1 898 4045
FAX: +966 1 895 1542
E-mail: info@abahusain.net
www.abahusain.net

SAHARA
Mr Ahmed A. Kh. Al-Ghamdi, Manager
TEL: +966 1 834 1256
FAX: +966 1 834 9660
E-mail: hadco@sahara.com.sa

TASTY FOOD CORPORATION
Mr Eltayeb Ali Eltayeb Elfaki, General Manager
TEL: +966 2 639 0144
FAX: +966 2 639 7883
E-mail: bbahlas@yahoo.com

AL RABIE SAUDI FOODS COMPANY
Mr Sherif Monther Trad Al Harthy
TEL: +966 1 498 0000
FAX: +966 1 498 2064
E-mail: marketinginfo@alrabie.com
www.alrabie.com.sa/contact.htm

AUJAN INDUSTRIES COMPANY
Mr Alex Andarakis
TEL: +966 3 857 0777
FAX: +966 3 857 7923
www.aujan.com

MUBARAK M. AL GUTHMI LTD. CO.
Mr Mohd. Awad
TEL: +966 1 241 0970
FAX: +966 1 241 1017

BINZAGR COMPANY
Mr Arshad Said
TEL: +966 2 647 43 88

FAX: +966 2 648 00 00
E-mail: bzho@binzagr.com.sa
www.binzagr.com.sa

PRINCIPALES PRODUCTORES

AL JOUF AGRICULTURAL DEVELOPMENT COMPANY
Skaka Al – Jouf, P.O.Box 231
TEL.: +966 4 6245888
FAX: +966 4 6249292
E-mail: info@aljouf.com.sa
www.aljouf.com.sa/

AFIA INTERNATIONAL COMPANY
Jeddah 21477, PO Box 30439
TEL.: +966 2 6350000
FAX: +966 2 6373182
E-mail: info@afia.com.sa
www.afia.com.sa

ICEX

IX. ANEXOS: DATOS ESTADÍSTICOS

Exportaciones españolas de la partida 15.10 por países

Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2000	Arabia Saudí	\$7.495.384	28%	4.123.074
2000	Emiratos Árabes Unidos	\$3.072.962	12%	1.457.000
2000	Estados Unidos	\$2.084.924	8%	1.273.687
2000	Kuwait	\$1.430.527	5%	736.812
2000	Reino Unido	\$1.113.045	4%	918.562
2000	Brasil	\$917.870	3%	687.562
2000	Marruecos	\$899.537	3%	1.200.000
2000	Portugal	\$773.663	3%	623.812
2000	Yemen	\$668.164	3%	27.925
2000	Japón	\$569.741	2%	430.812
	RESTO	\$7.302.959	28%	5.310.114
	TOTAL	\$26.328.776	100%	16.789.360
Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2001	Italia	\$5.891.741	27%	6.235.804
2001	Arabia Saudí	\$2.218.756	10%	1.974.000
2001	Portugal	\$2.177.250	10%	2.329.625
2001	Estados Unidos	\$1.849.732	9%	1.417.312
2001	Reino Unido	\$1.551.909	7%	1.179.750
2001	Emiratos Árabes Unidos	\$1.430.682	7%	75.975
2001	Polonia	\$954.021	4%	756.125

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

2001	Kuwait	\$637.737	3%	371.062
2001	Marruecos	\$506.584	2%	595.062
2001	Israel	\$395.757	2%	430.437
	RESTO	\$4.138.671	19%	3.856.926
	TOTAL	\$21.752.840	100%	19.222.078
Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2002	Italia	\$17.978.958	46%	19.912.104
2002	Estados Unidos	\$5.711.438	15%	5.688.539
2002	Portugal	\$5.351.210	14%	6.830.378
2002	Polonia	\$1.343.022	3%	1.201.187
2002	Reino Unido	\$1.202.595	3%	892
2002	Argelia	\$923.073	2%	819.312
2002	Israel	\$866.503	2%	876
2002	Australia	\$455.452	1%	43.075
2002	Rusia	\$425.202	1%	314.625
2002	Pakistán	\$380.655	1%	206.046
	RESTO	\$4.149.500	11%	6.340.446
	TOTAL	\$38.787.608	100%	41.357.480
Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2003	Italia	\$17.187.289	37%	16.440.187
2003	Estados Unidos	\$5.553.794	12%	4.773.394
2003	Portugal	\$4.290.444	9%	4.941.675
2003	Brasil	\$2.484.227	5%	1.925.375
2003	Polonia	\$2.460.821	5%	1.857.625
2003	Reino Unido	\$1.344.291	3%	931.562
2003	Israel	\$1.336.051	3%	1.069.750
2003	Marruecos	\$1.271.020	3%	1.200.062
2003	Bélgica	\$822.596	2%	795.625
2003	Australia	\$709.256	2%	533.312
	RESTO	\$8.781.729	19%	5.900.565
	TOTAL	\$46.241.518	100%	40.369.132

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2004	Italia	\$15.114.737	26%	7.487.214
2004	Estados Unidos	\$7.710.914	13%	4.066.562
2004	Brasil	\$4.316.824	8%	2.469.250
2004	Portugal	\$3.348.767	6%	2.374.125
2004	Reino Unido	\$2.939.501	5%	1.475.000
2004	Polonia	\$2.646.176	5%	1.371.812
2004	Grecia	\$2.207.475	4%	1.284.250
2004	Australia	\$2.129.444	4%	1.115.687
2004	Rusia	\$1.996.889	3%	946.312
2004	Hungría	\$1.338.999	2%	687.937
	RESTO	\$13.457.923	24%	6.256.921
	TOTAL	\$57.207.649	100%	29.535.070
Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2005	Italia	\$26.047.646	30%	10.299.105
2005	Estados Unidos	\$12.308.678	14%	5.282.664
2005	Francia	\$7.364.361	9%	1.779.332
2005	Brasil	\$5.254.002	6%	2.307.037
2005	Portugal	\$4.979.458	6%	2.351.237
2005	Reino Unido	\$4.341.594	5%	1.754.935
2005	Emiratos Árabes Unidos	\$2.030.630	2%	541.906
2005	Rusia	\$1.926.435	2%	817.197
2005	Grecia	\$1.440.105	2%	62.588
2005	Arabia Saudí	\$1.438.605	2%	442.492
	RESTO	\$19.402.980	22%	8.039.427
	TOTAL	\$86.534.494	100%	33.677.920

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

Importaciones saudíes de la partida 15.10

Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2000	España	\$7.495.384	96,34%	4.123.074
2000	Qatar	\$239.515	3,08%	37.175
2000	Tunisia	\$43.318	0,56%	255
2000	Grecia	\$2.036	0,03%	1.062
	TOTAL	\$7.780.253	100,00%	4.161.566
Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2001	España	\$2.218.756	91,73%	1.974.000
2001	Qatar	\$189.181	7,82%	283.937
2001	Grecia	\$10.314	0,43%	7.375
2001	Kirguistán	\$610	0,03%	296
	TOTAL	\$2.418.861	100,00%	2.265.608
Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2002	Grecia	\$17.482	56,75%	12.375
2002	Reino Unido	\$7.880	25,58%	37.601
2002	Estados Unidos	\$2.711	8,80%	4.125
2002	India	\$1.165	3,78%	15
2002	Italia	\$851	2,76%	546
2003	India	\$718	2,33%	1
	TOTAL	\$30.807	100,00%	54.663
Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2003	Reino Unido	\$21.788	76,98%	13.187
2003	Estados Unidos	\$6.514	23,02%	4.875
		\$28.302	100,00%	18.062
Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2004	Yemen	\$9.400	76,35%	67.738
2004	Marruecos	\$2.912	23,65%	5
		\$12.312	100,00%	67.743
Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2005	España	\$1.438.605	94,65%	442.492

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

2005	Yemen	\$104	0,01%	108
	TOTAL	\$1.438.709	100,00%	442.600

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas

Importaciones saudíes de la partida 15.09

Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2000	España	\$5.367.407	38,10%	2.053.242
2000	Italia	\$4.814.849	34,18%	1.064.433
2000	Turquía	\$2.639.871	18,74%	1.561.638
2000	Túnez	\$862.434	6,12%	390.699
2000	Jordania	\$239.719	1,70%	250.726
2000	Grecia	\$47.111	0,33%	16.812
2000	Francia	\$41.433	0,29%	9.199
2000	Portugal	\$23.838	0,17%	9.062
2000	Reino Unido	\$18.729	0,13%	4.429
2000	Líbano	\$18.273	0,13%	14.937
2000	Kuwait	\$9.371	0,07%	2.687
2000	Holanda	\$2.924	0,02%	460
	TOTAL	\$14.085.959	100,00%	
Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2001	España	\$4.541.593	39,47%	2.106.562
2001	Turquía	\$4.119.947	35,80%	2.815.157
2001	Túnez	\$1.783.286	15,50%	722.437
2001	Italia	\$433.115	3,76%	114.229
2001	Jordania	\$292.343	2,54%	204.206
2001	Líbano	\$189.713	1,65%	108.527
2001	Grecia	\$121.765	1,06%	42.464
2001	Reino Unido	\$13.405	0,12%	3.687
2001	Francia	\$12.177	0,11%	31.296
2001	India	\$287	0,00%	449
2001	Indonesia	\$105	0,00%	7

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

	TOTAL	\$11.507.736	100,00%	
Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2002	España	\$4.800.255	34,24%	1.851.937
2002	Siria	\$3.764.152	26,85%	1.460.000
2002	Turquía	\$3.084.063	22,00%	1.660.277
2002	Túnez	\$1.913.160	13,65%	742.812
2002	Jordania	\$142.069	1,01%	77.449
2002	Italia	\$92.461	0,66%	32.867
2002	Grecia	\$89.346	0,64%	26.897
2002	Líbano	\$51.294	0,37%	49.249
2002	Qatar	\$30.989	0,22%	42.601
2002	Reino Unido	\$30.053	0,21%	10.437
2002	Francia	\$16.993	0,12%	5.187
2002	Holanda	\$2.833	0,02%	647
2002	Suiza	\$151	0,00%	55
	TOTAL	\$14.017.819	100,00%	
Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2003	España	\$6.529.628	32,09%	2.005.374
2003	Turquía	\$4.688.839	23,05%	2.284.720
2003	Italia	\$3.922.950	19,28%	860.487
2003	Siria	\$3.660.584	17,99%	1.668.261
2003	Túnez	\$691.456	3,40%	249.593
2003	Jordania	\$598.781	2,94%	344.296
2003	Grecia	\$72.056	0,35%	13.062
2003	Líbano	\$70.234	0,35%	65.632
2003	Reino Unido	\$66.137	0,33%	23.398
2003	Portugal	\$44.646	0,22%	15
2003	Qatar	\$582	0,00%	50
2003	Argentina	\$7	0,00%	4
	TOTAL	\$20.345.900	100,00%	
Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN ARABIA SAUDÍ

2004	España	\$7.164.353	31,77%	1.893.125
2004	Turquía	\$5.840.293	25,90%	2.337.235
2004	Italia	\$5.044.170	22,37%	877.144
2004	Siria	\$3.200.271	14,19%	1.505.000
2004	Jordania	\$908.227	4,03%	438.812
2004	Túnez	\$319.049	1,41%	98.449
2004	Grecia	\$66.875	0,30%	14.374
2004	Reino Unido	\$6.214	0,03%	1.978
2004	Australia	\$2.805	0,01%	500
2004	Líbano	\$18	0,00%	11.361
	TOTAL	\$22.552.275	100,00%	
Año	País	Valor	% del Total	Peso (kilos)
2005	España	\$6.174.107	36,09%	1.424.673
2005	Italia	\$5.772.652	33,75%	922.644
2005	Turquía	\$4.184.501	24,46%	1.257.156
2005	Jordania	\$913.996	5,34%	334.852
2005	Grecia	\$27.296	0,16%	5.419
2005	Australia	\$11.314	0,07%	3.024
2005	India	\$7.384	0,04%	475
2005	Reino Unido	\$5.186	0,03%	586
2005	Francia	\$3.733	0,02%	800
2005	USA	\$2.581	0,02%	885
2005	Holanda	\$2.487	0,01%	795
2005	Qatar	\$742	0,00%	432
2005	Bahrain	\$247	0,00%	83
2005	Marruecos	\$59	0,00%	15
2005	Chipre	\$32	0,00%	20
	TOTAL	\$17.106.317	100,00%	

Fuente: Base de datos de las Naciones Unidas