



Universidad Pontificia de Comillas

# **La exportación de pistachos españoles a Europa, el Lejano Oriente y El Magreb**

Nombre: Pablo de Córdoba

Clave: 201603340

## **INDICE**

1. Introducción.....	3
1.1 Contexto histórico de los pistachos en Europa .....	4
2. Pregunta de investigación y contexto actual.....	6
3. Presentación del proyecto.....	8
3.1 Estructura.....	8
3.2 Origen de la idea.....	8
4. El Sector del Pistacho en el mundo/ Marco teórico .....	10
4.1 Análisis del Sector del Pistacho en Europa .....	10
4.2 Análisis del Sector del Pistacho en el Lejano Oriente.....	14
4.3 Análisis del Sector del Pistacho en El Magreb .....	16
5. Políticas comerciales.....	19
5.1 Impacto del COVID - 19.....	19
5.2 Políticas comerciales en Europa .....	22
5.3 Políticas comerciales en el Lejano Oriente.....	23
5.4 Políticas comerciales en El Magreb .....	26
6. Dificultades y oportunidades detectadas .....	28
6.1 Dificultades .....	28
6.2 Oportunidades .....	29
7. Conclusión.....	33
8. Bibliografía .....	34
9. Anexos.....	37

## **Índice de tablas y gráficos**

Tabla 1: Producción de pistachos y superficie de cultivo por país .....	5
Gráfico 1: Exportaciones de pistachos EEUU .....	12
Tabla 2: Importaciones y exportaciones de pistachos por país en 2020 .....	12
Gráficos 2: Distribución geográfica de la plantación en España .....	14

# 1. Introducción

En este trabajo de fin de grado vamos a tratar la exportación de los pistachos españoles a diferentes regiones del mundo, específicamente a Europa, el Lejano Oriente y El Magreb, al ser estas las regiones que más interés demuestran por el fruto seco. Analizaremos las políticas comerciales de cada zona, detallando que posición ocupan en el mundo con respecto al comercio internacional y desglosando sus relaciones más importantes con el resto de países. Además, analizaremos las relaciones comerciales entre Europa, El Magreb y el Lejano Oriente y profundizaremos en las mismas, con la intención de identificar las posibilidades de negocio que existen en la situación actual.

También, con motivo de este nuevo panorama internacional de pandemia provocada por el COVID – 19, haremos un análisis de cómo el virus ha afectado a las relaciones entre los diferentes países y los efectos que ha tenido esto para el comercio internacional, centrándonos posteriormente en nuestro sector, el de la agricultura, evaluando los inconvenientes que esta nueva situación supondrá. Haremos una investigación también de los principales competidores, siendo estos Estados Unidos e Irán, de sus relaciones comerciales con el resto del mundo, y las compararemos con la situación en España, con el objetivo de analizar posibles oportunidades de negocio y ventajas competitivas frente a estos.

## 1.1 Contexto histórico de los pistachos en Europa

El pistacho tiene su origen en el árbol denominado *Pistacia Vera*. Sus antecedentes se sitúan en Asia Menor y Asia Occidental, regiones donde se comenzó a cultivar el fruto seco, específicamente en Irán, Afganistán y Turquía. De hecho, se conoce que donde mejor se desarrolla la planta es en climas secos y de mucho calor, siendo estos algunos de los requisitos para que el árbol dé frutos de calidad. Desde tiempos antiguos, ya se habla de los pistachos como un símbolo de riqueza, más perteneciente a las clases “pudientes”; en la Biblia aparece el pistacho como el alimento favorito de la Reina Saba.

Las primeras referencias que se tienen del fruto seco en el continente europeo son debidas al conocimiento del pistacho por parte de los griegos, egipcios y romanos,

lo que resulta en que el fruto seco aterrizase en Italia y España en el siglo I a través de Siria para, posteriormente extenderse por el Mediterráneo (Bargues, 2020).

A lo largo de la historia, el pistacho ha ido extendiéndose poco a poco a través del continente con su llegada a Italia en el siglo I a través de rutas comerciales marinas, después de que Venecia cerrase acuerdos comerciales con Siria. Principalmente el movimiento se hizo mucho más notable por la zona sur de Europa e incluso el norte de África. Sin embargo, es importante no olvidar que la cuna del pistacho sigue siendo Oriente medio.

En Europa, existen varios países que se encuentran en el ranking mundial debido a su nivel de producción, entre los que están: Italia, España, Turquía, Grecia, Azerbaiyán y Chipre, aunque estos dos últimos con una producción notablemente inferior al resto (Atlas Big, 2020).

**Tabla 1: Producción de pistachos y superficie de cultivo por país**

RANKING	PAÍSES	PRODUCCIÓN (T)	SUPERFICIE (HAS)
1	Turquía	125.721	83.814
2	Grecia	50.431	51.169
3	España	21.862	47.643
4	Italia	19.746	34.542

Fuente: Elaboración propia/Atlas Big (2020)

## 2. Pregunta de investigación y contexto actual

Primero, debemos fijar una pregunta de investigación, sobre la cual realizaremos el análisis a lo largo de este trabajo de fin de grado. La pregunta es:

**¿Es posible la exportación del pistacho español a Europa, El Magreb y al Lejano Oriente?**

Este trabajo de fin de grado recogerá una contextualización, entre otras cosas, de cómo la situación de pandemia en la que nos encontramos actualmente puede afectar a la exportación del pistacho español a Europa, el Lejano Oriente y a El Magreb. Además, estudiaremos la comercialización de los principales competidores, siendo estos Estados Unidos e Irán, centrándonos en la explicación de las políticas comerciales de los diferentes países que pueden formar parte en el proceso de comercialización. También se expondrán las dificultades que podemos encontrar en el proceso de exportación y las oportunidades de negocio que surjan una vez analicemos las políticas comerciales de los países de interés.

Actualmente el panorama internacional no es el mismo que hace unos meses y, como resultado, lo que hace un tiempo únicamente tendría las dificultades esperadas de un negocio, principalmente la competición con el resto de productores, hoy en día puede que se encuentre con muchos obstáculos más, como es el COVID – 19, transformando una buena idea en una opción con poca proyección. Para ello, vamos a realizar un breve análisis a nivel internacional, para adquirir un contexto previo al desarrollo de la idea.

A la hora de iniciar el proceso de comercialización, es importante conocer cómo se encuentra el comercio del producto de interés, en este caso el pistacho, tanto en Europa como en las regiones del Lejano Oriente y El Magreb. En un escenario a largo plazo, las previsiones para el pistacho apuntan a un crecimiento estable del mercado europeo. Posiblemente, dicho aumento sería el resultado de una cambio en los hábitos de consumo de los ciudadanos europeos. La cada vez más popular demanda por una dieta saludable y el creciente interés en la cocina mediterránea, a la cual le precede una

muy buena fama en todo el mundo, presentan el escenario ideal para que el fruto seco se vaya introduciendo en las dietas cada vez más.

En cuanto al Lejano Oriente, nos centraremos en la comercialización con China, ya que es uno de los principales actores protagonistas en el sector del pistacho, como comprobaremos más adelante. Cuenta con un gran volumen tanto de producción como de importación del fruto seco, además de un consumo en ascenso y un poder adquisitivo muy fuerte que presenta una región interesante en la que centrarse (Armadoro, 2019). Una muestra de esto la podemos ver en las últimas publicaciones del PIB de China, que se incrementa en un 2,3% respecto a 2019 a pesar de la pandemia (Redacción Datos Macro, 2020)

Hablando de El Magreb, el país de referencia será Marruecos, también la figura más representativa cuando hablamos del negocio de los pistachos. Estos son consumidores tradicionales de frutos secos y recientemente han llevado a acuerdos comerciales con la Unión Europea que facilita la libre circulación del comercio. Los importadores de pistachos son escasos, pero se trata de un mercado que ya conoce el producto y que muestra interés por él, como veremos más adelante. Además, en cuanto a la lucha contra el Coronavirus, el país avanza a un ritmo de vacunación considerablemente bueno, habiendo vacunado ya a más de 4 millones de ciudadanos, un número de vacunados mayor que el de España aun comenzando a administrar dosis un mes después, lo que apunta a una esperanza de recuperación positiva (Redacción y agencias Rabat, 2021).

### **3. Presentación del proyecto**

#### **3.1 Estructura**

Primero se lleva a cabo un breve análisis sobre la situación del comercio del pistacho en las regiones de interés, además de la situación macroeconómica afectada por la crisis del Coronavirus con el objetivo de darnos una visión más global de la situación en la que se encuentra el mercado para llevar a cabo la exportación.

Posteriormente realizaremos una investigación más en profundidad tanto de las regiones a las que se pretende exportar el producto: Europa, el Lejano Oriente y a El Magreb, como de los principales competidores, siendo estos Estados Unidos e Irán. Se estudiará tanto la situación comercial allí como las políticas comerciales.

Para finalizar, una vez completado todo el análisis se realizará una conclusión a modo de reflexión para responder la pregunta de investigación.

#### **3.2 Origen de la idea**

Desde hace muchos años, y como parte de nuestra tradición familiar iniciada por mi abuelo paterno, la agricultura ha constituido una de las principales formas de vida de mi familia. Este motivo nos llevó a adquirir una finca de labor situada en Toledo (Castilla-La Mancha) hace aproximadamente 8 años.

Inicialmente, el objetivo de la compra del terreno era la plantación de 200 hectáreas de olivar, tal y como la familia de mi padre venía haciendo desde hace años. A pesar de tener la idea tan clara en un principio, hubo un cambio de planes a última hora. Conocimos el mundo del pistacho, muy poco desarrollado hasta la fecha en comparación con el olivo, y fue en ese momento cuando nos comenzamos a interesar por el fruto seco más a fondo, ya que existía un gran margen de crecimiento debido al poco desarrollo del sector.

Para empaparnos bien de todos los conocimientos necesarios para comenzar nuestra plantación, nos apoyamos en “El Chaparrillo”, centro especializado en la producción de pistachos, que ofrece datos relevantes en cuanto a la distribución

geográfica mundial en cuanto a la producción del fruto seco, así como cifras de producción e información técnica específica de la planta que aportan un gran valor.

Finalmente, tras todo este proceso de investigación, tomamos la decisión de cambiar la idea original de la plantación de olivos, y sustituir estos por pistachos. Principalmente, decidimos cambiarlo debido a motivos económicos, ya que la venta del pistacho resulta mucho más ventajosa en comparación con la del aceite.

Un motivo secundario del cambio de idea, aunque no menos importante, fue la fortaleza con la que cuenta la planta del pistacho, siendo este un árbol muy robusto con una gran resistencia ante climas extremos de frío o de calor, bastante superior a las capacidades del olivo. Este factor transmite mucha tranquilidad a la hora de adentrarse en un proyecto como este, para el que el desembolso inicial es considerablemente elevado.

## 4. El Sector del Pistacho en el mundo

### 4.1 Análisis del sector del pistacho en Europa

Europa, después de Estados Unidos, es el segundo mercado más grande de pistachos y, a su vez, es la mayor región importadora del fruto seco del mundo, llegando a representar hasta un tercio del comercio mundial. En los últimos 4 años ha habido un crecimiento considerable de la comercialización con el pistacho y se espera que continúe creciendo en estos años venideros. Según un informe presentado por la Unión Europea acerca de las previsiones para el sector agrícola entre el año 2018 y el 2030, todo apunta a una mayor concienciación por el medio ambiente y el impacto que producen los alimentos que consumimos. Esta afirmación está relacionada con la exportación del fruto seco en cuanto al hecho de que la producción a exportar, en este caso la nuestra, es cultivada de manera ecológica, con una certificación que lo acredita, algo que ya vemos que encaja perfectamente con los estándares que se comenzarán a adoptar en estos años (Agronegocios, 2018).

La Unión Europea, hasta la pandemia, ha sido la mayor exportadora de productos agroalimentarios en el mundo, ascendiendo a volúmenes que rondan los 138.000 millones de euros. Por otro lado, las importaciones anuales del pistacho también han venido creciendo estos últimos años de forma moderada, alrededor de un 5% anual. (Comisión Europea, 2019). El hecho de que las importaciones estén aumentando, aunque sea de manera paulatina, implica que la producción anual de pistachos en el continente está lejos de satisfacer la demanda generada por los países europeos lo que, una vez más, supone una buena señal para el negocio en cuestión, presentando una oportunidad para satisfacer a este mercado con nuestra producción.

El mercado europeo de los pistachos viene marcado fundamentalmente por dos proveedores externos principales: Estados Unidos e Irán. Esto hace que dicho mercado se encuentre muy concentrado, ya que la producción importada proviene, casi en su totalidad, de estos dos productores. No obstante, el dominante de estos dos es Estados Unidos, con más de dos tercios del suministro (Comisión Europea, 2019). A continuación, podemos observar la creciente tendencia en la exportación de pistachos

por parte de Estados Unidos, así como el volumen de importaciones y exportaciones de los principales países protagonistas en el sector.

**Gráfico 1: Exportaciones de pistachos EEUU**



Fuente: Redacción Opportimes (2020)

**Tabla 2: Importaciones y exportaciones de pistachos por país en 2020**

PAÍS	IMPORTACIONES (kilos)	EXPORTACIONES (kilos)
Estados Unidos	12.6 millones	309.5 millones
Irán	11.3 millones	193.4 millones
China	63.5 millones	89.6 millones
Grecia	463.980	245.678
Turquía	1.3 millones	650.456
España	218.978	150.167
Italia	233.457	186.750

Fuente: Redacción IRNA (2020) /Redacción Opportimes (2020)/Agroclm (2020)

En Europa, el sector del pistacho aún cuenta con mucho margen de desarrollo y para los próximos años se espera un gran crecimiento del mismo. En el periodo 2014 – 2018 el volumen de las importaciones europeas se ha incrementado en un 3,8% anual. De estas, el 28% proviene de países en desarrollo. Según las previsiones, se espera que el mercado de pistachos en Europa aumente entre un 4% y 6%. Como es lógico, el crecimiento de este mercado estará directamente relacionado con las fluctuaciones en las producciones y los cultivos europeos, además de con los precios (Viveros Grajera, 2020).

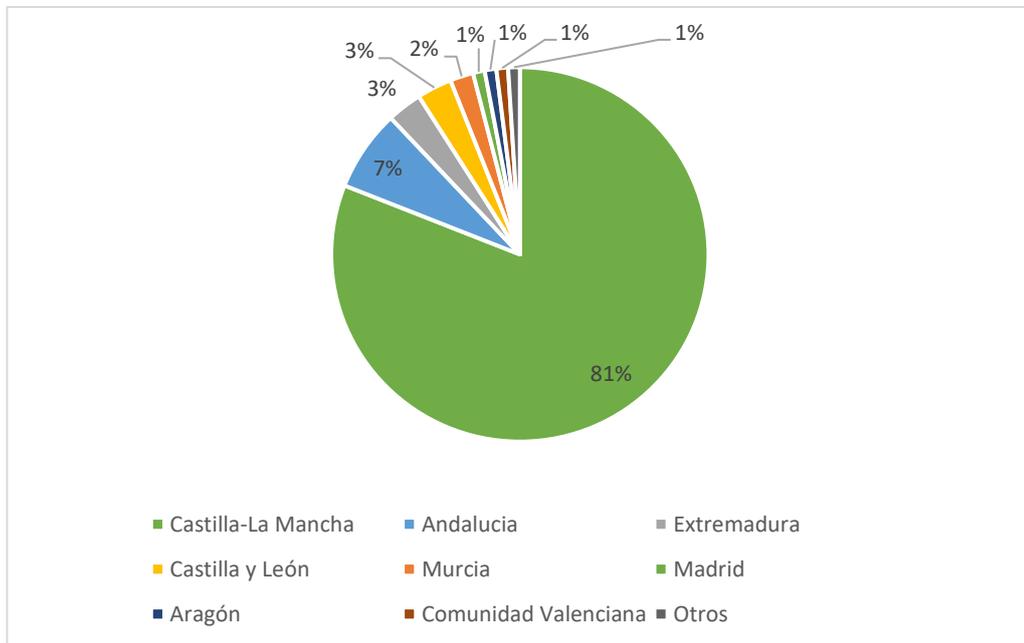
En los 4 años entre el 2014 y el 2018, las importaciones de pistachos anuales crecieron en torno a un 4,8% en valor, resultando en una cantidad de € 1.100 millones en 2018. De la importación total de pistachos, únicamente el 18% de estos son sin cáscara. Es importante destacar que más del 30% de la comercialización de pistachos es intraeuropea, es decir, tiene lugar dentro de Europa. Este comercio interno principalmente consiste en, por un lado, la reexportación del fruto seco crudo importado y, por el otro, la comercialización de pistachos procesados con valor añadido (Viveros Grajera, 2020).

El proveedor más importante de pistachos al continente europeo es Estados Unidos. Existe una concentración muy alta en cuanto al mercado de pistachos en Europa, ya que los proveedores principales, Estados Unidos e Irán, suministran el 99% del producto del total de las importaciones. De estos dos proveedores, EE.UU proporciona el 77% del suministro mientras que Irán el 22%. En cuanto a los países en desarrollo, el que muestra un mayor crecimiento es Siria, aunque sigue contando con un volumen considerablemente bajo en comparación con otros países más avanzados. Europa ha incrementado sus importaciones provenientes de Siria de 37 toneladas en el año 2014, a 127 toneladas en el 2018, lo que representa un aumento del 343% (Viveros Grajera, 2020).

Si nos centramos más en España, el sector del pistacho no se queda atrás, y evoluciona a un ritmo incluso superior al del continente. Contamos con una superficie de alrededor de 47.000 hectáreas plantadas, que se encuentran principalmente distribuidas en la región de Castilla-La Mancha que en el año 2020 registra unas 37.700

hectáreas, 7.700 más que en 2019. Esta región lidera el cultivo nacional del fruto seco, tanto en hectáreas plantadas como en volumen de producción. Esta supone el 81% del total de la producción de la península (entre 1500 y 2000 toneladas anuales). Atendiendo a declaraciones de Francisco Martínez Arroyo, consejero de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural, “es importante apostar por un sector como el del pistacho es España dada su innovación e inminente crecimiento” (Agroclm, 2020). A continuación, podemos apreciar de manera más visual la distribución del cultivo del pistacho en España geográficamente:

**Gráfico 2: Distribución geográfica del cultivo de pistacho español**



Fuente: Elaboración propia/CSR Laboratorio (2018)

Existen ciertos competidores de los cuales hablaremos más adelante, en el apartado 6.1.2 “Dificultades comerciales” que pueden interferir o quitarnos margen de negocio, aunque realmente no suponen una amenaza por la que preocuparse en exceso. Algunos de estos son Casa Sant Roc o Pistachos del Sol.

## 4.2 Análisis del Sector del Pistacho en el Lejano Oriente

En Asia se producen anualmente alrededor de 236.000 toneladas de pistacho. Para el año 2021, China espera un aumento del 45% en las importaciones del fruto seco, una cifra bastante considerable teniendo en cuenta la situación que estamos viviendo en la actualidad. Las previsiones hablan de cifras de 150.000 toneladas, con una mayor parte de estas provenientes de Irán y un menor suministro de estados Unidos (Chilealimentos, 2021).

En el año 2012 las regiones del Lejano Oriente, así como Asia en general, se convirtieron en el mercado de comestibles más grande del mundo. El mercado de alimentos y bebidas ha crecido de manera constante durante la última década. Entre 2004 y 2019 creció un 30% anual. Además, para 2019, la Asociación de Industrias Alimentarias predice que China será el mayor consumidor mundial de alimentos importados, con un valor de €62.152.657.968. En consecuencia, ha habido un aumento en la venta de pistachos en China. La Asociación Nacional de la Industria Alimentaria de China registró que en 2018 la venta de pistachos supuso un valor de € 17.290.000.000, lo que representa un tercio del mercado de alimentos importados (Thibaud, 2020).

La demanda insaciable de pistachos es tal que el Ministerio de Finanzas de China se planteó reducir los aranceles de importación para ciertos tipos de pistachos en 2017. La oferta nacional no puede respaldar la demanda, algo que nos da señales de que las importaciones extranjeras no suponen un problema para la economía nacional. En consecuencia, los aranceles aplicados a los pistachos y anacardos se redujeron a la mitad del 10% al 5%. Esto se hizo con la intención de fomentar la inversión extranjera para así satisfacer un mercado cada vez más grande e importante. De hecho, el 10% de los pistachos del mundo son consumidos por las regiones de China, Core del Norte, Filipinas e Indonesia. China actualmente es el mayor importador de pistachos del mundo (Thibaud, 2020).

Las tendencias en la alimentación de los asiáticos están cambiando y se está dando cada vez más prioridad a la salud. El mercado de alimentos ecológicos en China se triplicó entre 2007 y 2015 y parece que esta tendencia ha continuado con los años. Esto ha estimulado el mercado chino del pistacho, ya que este fruto seco cuenta con

atributos nutritivos que suponen una gran fuente de antioxidantes, vitamina E, cobre, potasio, calcio, hierro y magnesio. De hecho, la Sociedad China de Nutrición publicó en 2016 un informe nutricional que recomendaba comer hasta 10 gramos de frutos secos al día como una de las características de una dieta saludable. En consecuencia, los pistachos ya no se consideran un producto de lujo, sino un alimento más que tener en casa para su consumo habitual. Tanto es así que el 80% del consumo de pistachos en China se destina al consumo personal. La demanda de pistachos en China, por tanto, se debe en parte a la nueva ambición de los consumidores chinos por mantener un estilo de vida y una dieta saludables.

Sin embargo, los consumidores chinos desconfían del origen de los alimentos que compran. La calidad de los alimentos en China se ha visto mermada en los últimos años, lo que ha provocado un cierto escepticismo entre los consumidores a la hora de seleccionar sus productos. Los resultados de una encuesta realizada en 2018 en 20 ciudades chinas indican que el 80 % de los encuestados estaban molestos por la situación de la seguridad alimentaria. Esto no es de extrañar si se tiene en cuenta que en 2008 murieron seis bebés y 300.000 enfermaron después de beber leche de fórmula infantil contaminada con melamina, un producto químico industrial. Este escepticismo ha repercutido en el consumo de pistachos en determinadas zonas (Thibaud, 2020).

De hecho, las cuotas de mercado de la producción nacional de pistachos se redujeron por debajo del 50% en 2014 después de que se hiciera público que los proveedores habían utilizado azufre, una sustancia química tóxica, para colorear sus pistachos de forma atractiva. También ha influido el hecho de que pistachos importados prefieren los consumidores chinos. Aunque Irán es el mayor país productor de pistachos del mundo, con una producción de 472.097 toneladas al año, Estados Unidos y Turquía son los que más pistachos exportan a China anualmente. Esto se debe a que la reputación de los pistachos iraníes se vio un tanto perjudicada después de que se encontrara contaminación por aflatoxinas en sus frutos secos en 1997. La importancia de este suceso fue tal que la UE prohibió las importaciones de pistachos iraníes (Thibaud, 2020).

A pesar de que los consumidores chinos quieran llevar un estilo de vida más saludable, no optarán por consumir productos asociados a la contaminación si pueden permitirse opciones importadas seguras e igualmente disponibles. Dado que la producción nacional se asocia con la falta de higiene y que los pistachos iraníes gozan de una gran desconfianza, existe un espacio en el mercado para que las empresas extranjeras exporten con éxito sus frutos secos a la región en cuestión. Hasta ahora, el vacío que esta situación ha provocado ha sido rellenado eficazmente por los productores turcos y californianos. De hecho, las exportaciones californianas de pistachos a China se han visto incrementadas. Entre 2014 y 2018 las compras chinas de pistachos californianos pasaron de 5.000.000 de dólares a 109.000.000 de dólares. Sin embargo, como la demanda sigue aumentando, todavía hay espacio para la innovación y la competencia de otras partes del mundo, siempre que puedan demostrar y mantener la pureza e higiene de su producto (Thibaud, 2020).

#### 4.3 Análisis del Sector del Pistacho en El Magreb

El sector agroalimentario en El Magreb está en auge desde hace varios años. Cada temporada crece tanto en producción como en cuota de mercado en el continente europeo. Se está convirtiendo en un competidor muy a tener en cuenta de regiones españolas. Según un estudio de 2018 del ICEX, el sector agrícola aporta el 19% del PIB marroquí y emplea a más del 40% de la población activa. Además, un alto porcentaje de la población rural, en torno al 75%, trabaja en la agricultura.

Los últimos estudios muestran que, durante la temporada 2015/2016, la Consejería de Agricultura y Pesca de Marruecos calculó que la producción agrícola global se situó por encima de los 30 millones de toneladas. Esta producción de alimentos ha experimentado un aumento desde 2008, cuando el gobierno marroquí aprobó "Le Maroc Vert" (Plan Marruecos Verde), cuyo objetivo era apoyar a la agricultura para que pudiera contribuir al desarrollo de la economía, dada la importancia de este sector en el país (Laajimi, 2020).

En las regiones de El Magreb, como en muchos países mediterráneos, los cambiantes factores climáticos han favorecido el desarrollo de diferentes árboles

frutales, y los frutos secos desempeñan un papel muy importante dentro de su cultura. Actualmente, los frutos secos más importantes en la mayoría de estos países magrebíes son las almendras y los pistachos.

La tradición en la producción de frutos secos está estrechamente ligada a los hábitos alimentarios. En efecto, el consumo de estos, especialmente los pistachos, siempre ha formado parte del estilo de vida tradicional mediterráneo. Con la mejora del nivel de vida, las industrias locales han experimentado una importante expansión, lo que ha generado un aumento de la demanda derivada de pistachos. Sin embargo, el consumo nacional sigue estando a un nivel muy inferior al de otros países del mediterráneo como España, Turquía, Italia, etc.

La producción de pistachos en la zona, a pesar de su larga historia, ha sido estudiada en menos profundidad que la producción de aceite de oliva, por ejemplo. Sin embargo, este sector ha ganado importancia en los últimos años, como reflejo del desarrollo de las jóvenes plantaciones que se comenzaron a cultivar hace unos 15 años, que suponían más de 8.000 ha sólo para pistachos. Esta expansión está muy correlacionada con el desarrollo de otros cultivos como el olivo por razones de complementariedad y, a veces, de sustitución. Aún con esto, la producción de frutos secos se ha visto afectada en los últimos veinte años, a pesar de la existencia de condiciones ecológicas favorables, del incremento de la demanda y de un gran potencial de desarrollo para la producción de las principales especies: almendras, pistachos, nueces y avellanas (Laajimi, 2020).

Las plantaciones se encuentran generalmente en zonas semiáridas del centro y sur. La mayoría de las plantaciones son considerablemente maduras y un gran porcentaje de estas, alrededor del 80%, está en producción. No obstante, su expansión, en un inicio, se vio un tanto frenada por el escaso conocimiento de los agricultores sobre este cultivo, que poco a poco han ido mejorando, así como por el riesgo que supone su rendimiento económico cíclico, dependiendo del año en el que nos encontremos. La producción media anual en el Magreb es de unas 30 toneladas anuales (Atlas Big, 2020).

Sin embargo, esta cantidad se considera baja, teniendo en cuenta que la mayoría de las plantaciones son considerablemente maduras. Las limitaciones climáticas de las

regiones semiáridas con escasas precipitaciones pueden servir como justificante de este bajo nivel de producción. Es importante destacar que la forma de comercializar el producto suele ser a granel y con cáscara, según el peso una vez recolectado el pistacho (Laajimi, 2020).

## 5. Políticas comerciales

### 5.1 Impacto del COVID - 19

Existe un obstáculo al que nos enfrentamos: la pandemia que estamos sufriendo a causa del Coronavirus. Está afectando a todos los países del planeta, aunque bien es cierto que no con la misma intensidad. Como bien sabemos, el coronavirus ha congelado la economía mundial, aunque poco a poco van compensándose los estragos que el virus ha causado. En 2020, el PIB mundial experimentó una caída de en torno al 4,2%, la caída más drástica desde la Segunda Guerra Mundial, todo esto como resultado de miles de empleos perdidos y negocios arruinados, obligando a los gobiernos y a los bancos centrales a inyectar dinero para contrarrestar estos efectos negativos del virus (Schiffes, 2021).

La recuperación para 2021 no está clara todavía, aunque las estimaciones apuntan a que las economías más fuertes del mundo no estarán completamente recuperadas hasta al menos 2022, situándonos en una estimación optimista, lo que significa una recuperación aún más tardía para el resto de países más débiles económicamente. Actualmente, la economía China está creciendo con bastante fuerza, llegando a incrementarse en un 2,3% en 2020 en plena pandemia. Además, esta situación de crisis ha provocado que las desigualdades entre pobres y ricos sean aún más notables; en Estados Unidos 651 multimillonarios han aumentado un 30% su patrimonio neto, mientras que, en los países en desarrollo, 250 millones de personas podrían adentrarse en la pobreza absoluta (Schiffes, 2021).

Bien es cierto que, desde diciembre de 2020, han comenzado a aprobarse y suministrarse varias vacunas que podrían servir como alternativa para luchar contra el virus e inmunizar a la población, aunque aún con incertidumbre de si el ritmo de vacunación actual será suficiente para conseguir la inmunidad mundial para finales de 2021. Los más afectados en este sentido son los países en desarrollo, que tienen más escasez de dosis que los países más desarrollados, además de infraestructuras menos avanzadas y menos medios disponibles para administrar dichas vacunas. Esto hace que exista una gran diferencia de vacunación entre unos continentes y otros, con una mayor

probabilidad de aumento de la propagación en estos países menos desarrollados (DatosRTVE, 2021).

Por ahora, como hemos mencionado previamente, países como Corea del Sur y China son los más adelantados en la recuperación económica, con previsiones de crecimiento para 2021 de hasta un 8%, una cifra muy sorprendente incluso si la comparamos con los países más potentes económicamente antes de la pandemia. Uno de los motivos de este crecimiento, además de la eficiente lucha contra el virus que han llevado a cabo estos países, es el aumento de sus exportaciones por los confinamientos en países occidentales, que ha incrementado la demanda de bienes destinados al entretenimiento, proviniendo una gran parte de estos de China. (Schiffes, 2021).

El problema es que, aunque se consiga evitar la propagación, se paga un precio considerablemente alto ya que esto supone acabar con millones de empleos y negocios, sumiendo a millones de personas en la pobreza extrema como resultado de la reducción de los ingresos per cápita en un 3,6% (Banco Mundial, 2020).

Sin embargo, como es lógico, las regiones más afectadas por la crisis son los que experimentarán los efectos económicos negativos de manera más intensa. El motivo es que muchas de las actividades y posibles atracciones que pueda tener el país en cuestión, como el turismo, o las posibilidades de comercio internacional, se ven notablemente perjudicadas por la situación sanitaria; un ejemplo de esto sería España, un país en el que el turismo representa un 12,4% del PIB. Además, es importante no olvidarse de los estragos que también pueden causarse en la formación del capital humano, cuyo desarrollo se ve negativamente afectado por la dificultad de tener acceso a una educación y formación con potencial para crear profesionales competentes en un futuro.

Las economías en desarrollo, donde entrarían regiones como El Magreb, continúan inmersas en una situación muy compleja económica y socialmente, un factor que, como es lógico, no es una buena señal para el comercio internacional ni un signo positivo para las políticas comerciales de los actores del entorno macroeconómico y que, por tanto, no implica buenas noticias para la comercialización del pistacho.

La situación en el continente europeo no es mucho mejor. La crisis sanitaria ha resultado en efectos negativos severos para Europa. La imagen económica global es de absoluto caos y, junto con las casi 300.000 muertes, en torno a 7 millones de infectados, y la bajada de un 39% en el PIB hacen que la situación sea crítica. Los efectos más graves los han experimentado con mayor brevedad los países más desarrollados del continente ya que fue en estos donde el virus se extendió más rápidamente. No obstante, bien es cierto que, de no haber sido por la rápida reacción del Banco Central Europeo, que ha intervenido con potentes estímulos fiscales, la situación podría haber continuado el declive hacia un pozo sin fondo. Estos programas de ayuda tienen el objetivo de intentar paliar grandes impactos, tanto sociales como económicos, intentando proteger los mercados en la medida de lo posible. Acorde con el FMI, todavía queda mucho trabajo por hacer y las proyecciones a futuro no auguran señales de alivio para este año, ya que se prevé una contracción adicional del 4,7% (Fondo Monetario Internacional, 2020).

Como resultado, el sector de la hostelería se ha visto profundamente afectado, experimentado una bajada en el consumo que no ha sido compensada con el aumento del consumo doméstico. Esto último, una vez más, es una mala noticia para el sector sobre el que vera esta investigación

Tras haber analizado brevemente el panorama internacional podemos desviar el análisis al sector del fruto seco en cuestión, el pistacho. El sector de la agricultura está experimentando momentos de dificultad debido al Coronavirus. Por si esto no fuera poco, en la temporada 2020-2021 se esperan aumentos en la producción de frutos secos en nuestro país de hasta un 5%, según información aportada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), algo que reduce todavía más el poder de negociación al significar un aumento de la oferta y la competencia (Redacción Tierras, 2020). Además, es cierto que los competidores ya presentes, como pueden ser California o Israel, ya cuentan con una gran ventaja sobre el resto de países comerciantes, debido principalmente a su antigüedad en el sector y, por tanto, sus elevados niveles de producción, siendo esto una gran ventaja competitiva sobre posibles nuevos competidores.

## 5.2 Políticas comerciales en Europa

En el año 2020, en Europa, se está llevando a cabo una reforma de las políticas comerciales que habían gobernado el continente hasta el momento. Phil Hogan, el actual comisario de comercio, ha querido transmitir un mensaje de renovación en cuanto a esta política, principalmente debido a las discrepancias entre distintos países en el último año (EE.UU. y China, Brexit...) Si a esto le añadimos la pandemia se plantea el escenario perfecto para plantear esta revisión. Lo que se busca, como veremos a continuación, es el apoyo de la producción y comercialización intraeuropea, apostando por una actitud de unión frente a posibles “ataques” por parte de otros países.

El punto más importante de esta reforma consiste en asegurarse de que se consiga la igualdad de condiciones entre la producción dentro de Europa y la importaciones provenientes del exterior, para de este modo, negociar de la forma más justa posible los intercambios. Si en China, por ejemplo, los estímulos fiscales son más favorables que los europeos, no habría equidad a la hora de comercializar sus productos. La reciprocidad entre ambas partes será un factor fundamental de la nueva política (Miguelañez, 2020).

Se intenta, además, que la Política Agraria Común esté en línea con la nueva política comercial europea ya que los productores han expresado en múltiples ocasiones la necesidad de un cambio en la visión de la Unión Europea en cuanto a restricciones relacionadas con el medio ambiente. Los agricultores no pueden seguir soportando mucho más estas medidas sin que terminen por mermar de manera importante la capacidad de producción de sus cultivos, lo que supondría, como hemos mencionado antes, una ventaja para los proveedores externos. Es importante no confundir la intención del fomento de la producción y comercio intraeuropeo con una falta de visión internacional. La Unión Europea es consciente del panorama tan interconectado que existe hoy en día y continúa trabajando para establecer acuerdos comerciales con múltiples países. El adoptar esta política más defensiva no significa, ni mucho menos, el “aislamiento” del continente (Miguelañez, 2020).

Como podemos ver, nos encontramos en un entorno positivo y favorable para la comercialización del pistacho, dirigido por unas políticas que nos favorecen y tienen como objetivo principal proteger los intereses europeos y fomentar las exportaciones, pero al mismo tiempo cerciorándose de contar con acuerdos con el resto de países que permitan crear un mercado variado y dinámico en el que poder situar el fruto seco.

La Unión Europea, además de ser una de las economías mundiales más enfocadas al exterior, también constituye el mayor mercado único en el mundo. Este principio de libre comercio entre los países del continente, eso uno de los pilares fundamentales sobre los que se fundamente la Unión Europea. En este caso, la exportación de los pistachos españoles a países europeos no supondrá costes arancelarios adicionales, debido a esta situación comercial que encontramos en el continente, algo que en el corto-medio plazo no parece que vaya a cambiar (Comercio de la Unión Europea, 2020).

En Europa, el país más atractivo al que exportar pistachos es Alemania. Son unos grandes consumidores del fruto seco y sus cifras de importaciones anuales lo demuestran. Alemania importa anualmente 28.000 toneladas de pistacho, siendo el primer país europeo en la lista de compradores del fruto seco. Esto nos indica el apetito comercial que nos presenta este país como uno de los principales destinos de nuestra producción, sino el principal, en el continente europeo (Armadoro, 2019).

### 5.3 Políticas comerciales en el Lejano Oriente

En Asia, el Índice Compuesto de Liberalización del Comercio (CTLI) está diseñado para buscar resultados que reflejen una mayor apertura a las importaciones. Por tercer trimestre consecutivo, el CTLI, que representa los bienes importados en China para el consumo final mostró que las importaciones de bienes finales continuaron aumentando en relación con el crecimiento económico.

Las importaciones de servicios, excluyendo el turismo, continuaron expandiéndose en relación con el PIB en 2019, aunque todavía se mantienen por debajo de los niveles de 2013. El impacto de los aranceles oscurece cualquier lectura clara sobre la liberalización del comercio; sin embargo, desde que comenzó la guerra comercial, las

importaciones de China se han visto afectadas. En relación al PIB, tanto el superávit de bienes como el déficit de servicios de China se ampliaron el cuarto trimestre de 2020 hasta los niveles de 2017, alcanzando el 3,65% y el 2,01% del PIB respectivamente. El superávit de bienes aumentó más que el déficit de servicios, lo que hizo que el superávit por cuenta corriente en su conjunto aumentara hasta el 1,36% del PIB (Asia Policy Society Institute, s.f.).

Tras casi dos años de escalada arancelaria y negociaciones, el 15 de enero de 2020, Estados Unidos y China firmaron un acuerdo económico y comercial. El acuerdo consta de siete capítulos, que abarcan, entre otros asuntos, el comercio de alimentos, los compromisos de compra de productos estadounidenses, la gestión macroeconómica y del tipo de cambio, y los procedimientos de resolución de conflictos. Como consecuencia, este acuerdo redujo la incertidumbre inmediata sobre una posible nueva escalada de los aranceles, logró una pequeña reducción de los mismos e incluyó disposiciones sobre una serie de preocupaciones, pero hizo poco para resolver las cuestiones de reforma estructural que están en el centro de las tensiones entre Estados Unidos y China (Asia Policy Society Institute, s.f.).

Los compromisos más concretos de China se encuentran en el apartado de "compras chinas", que esboza un programa comercial en el que Pekín debe aumentar las compras de determinados productos estadounidenses a partir de los niveles de 2017 en 77.000 millones de dólares en 2020 y 123.000 millones en 2021 en cuatro categorías: manufacturas, agricultura, energía y servicios. Sin embargo, el aumento de las importaciones estadounidenses puede desplazar a las de otros países, lo que pone en duda que el acuerdo cumpla con las normas comerciales internacionales. (Asia Policy Society Institute, s.f.).

El compromiso de China de eliminar las medidas no arancelarias en el sector agrícola y alimentario es amplio. Si bien las barreras de acceso al mercado agrícola han sido objeto de debate durante años, el acuerdo da por finalizadas muchas de estas cuestiones y debería promover una mejora a largo plazo de las exportaciones agrícolas estadounidenses a China.

Aun así, los productores americanos continúan proporcionando una importante cantidad de pistachos a los países asiáticos, a pesar de las dificultades mencionadas. En el año 2016 Estados Unidos alcanzó el nivel más alto de exportación destinado a Hong Kong y China de su historia y, aun teniendo en cuenta el endurecimiento arancelario que acabamos de mencionar, el año pasado se superó ese volumen en un 8%. Aun con todas las dificultades vigentes, este ha llegado a ser el mercado preferido de las exportaciones de frutos secos americanos en los últimos diez años, sustituyendo así a Europa (Fresh Plaza, 2020).

Observando que, a pesar de que las cifras de importaciones por parte del continente asiático de pistachos estadounidenses han seguido subiendo aun con los momentos de tensión que se están viviendo actualmente, podría aprovecharse la situación para conseguir fomentar las relaciones comerciales en términos de comercio, específicamente en el comercio de los pistachos entre ambas regiones, ya que las cifras de exportaciones españolas a Asia son actualmente considerablemente bajas, debido a la fuerte competencia que existe por parte de Estados Unidos e Irán (Avila, 2019).

Es un hecho que, en el mercado internacional, la calidad que más se paga es la del pistacho español, debido al sobresaliente del producto sobre resto de productores principales. El problema reside en que la cantidad que se demanda en este mercado global es sumamente alta en comparación con la que es capaz de producir España (en torno a 21.000 toneladas), por lo que aún no se cuenta con la presencia internacional suficiente para sustituir a proveedores tan grandes como los actuales (Avila, 2019).

Sin embargo, esto no significa que no se puedan establecer relaciones puntuales con algunos compradores interesados en diversificar la distribución geográfica de la que obtienen su producto, dispuestos, eso sí, a comprar cantidades más reducidas. No obstante, en el corto/medio plazo, esta situación puede cambiar de manera paulatina ya que las hectáreas de cultivo en España crecen cada año considerablemente, aumentando con esto la producción, por lo que, aunque las 47.000 hectáreas actuales puedan ser insuficientes para dispersar tanto al exportaciones (3 destinos principales), en un futuro no muy lejano este objetivo se podría hacer posible.

## 5.4 Políticas comerciales en El Magreb

El Magreb es una de las regiones menos integradas política y económicamente del mundo. Los intercambios comerciales dentro de la región representan menos del 5% del total de los intercambios comerciales con el exterior de los países de El Magreb, lo que es muy inferior a todos los demás bloques comerciales del mundo. Esto tiene importantes repercusiones negativas. Un informe del 2018 del Fondo Monetario Internacional (FMI) indica que una mayor integración entre los países de El Magreb sí tiene repercusiones positivas desde el punto de vista económico. Esto hará que la región sea más atractiva para la inversión extranjera directa, ayudará a reducir los costes del comercio dentro de la región y reforzará la movilidad del capital y la mano de obra. Asimismo, aumentará la eficacia de la asignación de recursos y hará que El Magreb sea más resistente a los choques y las fluctuaciones del mercado.

El final de la década de 1980 constituyó una notable oportunidad para lograr la integración de El Magreb, y se depositaron esperanzas en la organización "Unión de El Magreb Árabe" para construir un bloque magrebí, pero fue un proyecto fallido desde su nacimiento. La creación de esta organización no fue más que una respuesta a los acontecimientos internos y externos de la época, especialmente a las dificultades económicas experimentadas por los países de la región y a la aparición del extremismo. Por otra parte, varios investigadores atribuyen el fracaso de la Unión de El Magreb a las tensiones entre Argelia y Marruecos, que constituyen el principal obstáculo para lograr cualquier avance en el camino de la integración magrebí, especialmente por el contencioso marroquí-argelino sobre el Sáhara Occidental (Masbah, 2020). Se puede argumentar que las razones que llevaron al fracaso del proyecto de "Unión de El Magreb Árabe" siguen existiendo. Sin embargo, hay cierta luz al final del túnel para una posible reactivación del proyecto magrebí, especialmente en los próximos años.

En Febrero de 2019 la Unión Europea y La Unión de El Magreb acordaron en Túnez un acuerdo estratégico para el diálogo, la cooperación y el apoyo. El objetivo de este acuerdo es fijar unas condiciones que permitan la libre circulación de comercio entre ambos territorios, con el objetivo de promover el comercio, fomentando la

integración de los países integrantes de El Magreb, fomentando la cooperación de Marruecos con el resto de países magrebíes (Acuerdo Mediterraneo, 2019).

Ambos participantes en el acuerdo fijan el compromiso de un periodo máximo de 12 años en los que estará vigente el libre comercio de mercancías, además de un procedimiento que ayude a eliminar aranceles aduaneros y contingencias, tanto en la Unión Europea como en Marruecos. Esto es una buena noticia para la exportación del pistacho a la región magrebí, ya que los costes arancelarios tras este acuerdo son nulos.

En Marruecos la distribución de los frutos secos se lleva a cabo a través del mercado tradicional, a través de distribuidores locales. Los pocos importadores que hay se pueden encontrar en las ferias agrícolas europeas. Es necesario ganarse la confianza de los dueños de estas empresas para poder entablar relaciones comerciales a largo plazo debido a la cultura característica de esta región. Existen una serie de requisitos para poder introducir alimentos a granel en Marruecos: la variedad, el origen y la designación del productor, además de un certificado fitosanitario (Oficina comercial de Chile, 2019). Con este acuerdo entre ambos territorios se incrementan las facilidades para fijar relaciones comerciales a largo plazo.

## 6. Dificultades y oportunidades detectadas

### 6.1 Dificultades

Para cualquier proyecto en el que nos vayamos a embarcar es necesario tener en cuenta, incluso antes que las oportunidades que éste presente, las dificultades que nos podemos encontrar. En este caso existen varios puntos importantes a tener en consideración que, aunque quizá no son lo suficientemente determinantes para descartar la idea, sí que conviene conocerlos y saber cómo los podemos afrontar.

En primer lugar y de manera breve, la primera dificultad que nos puede venir a la mente tiene que ver con el COVID - 19. La crisis provocada por la pandemia ha afectado, en mayor o menor medida, a todos los países del mundo, marcando cambios en algunas ocasiones en las políticas comerciales y, sobre todo, en la capacidad financiera de cada país. Si bien es cierto que la agricultura no es un sector directamente afectado por el virus, como puede ser por ejemplo el sector de consumo discrecional, sí que afecta a los presupuestos de los países a la hora de comprar estos productos agrícolas, aumentando así la competencia entre proveedores.

La principal dificultad que nos asalta en Europa es el hecho de la antigüedad con la que cuentan los proveedores principales actuales, Estados Unidos e Irán, tras muchos años de suministro al continente. Cuentan con un producto con mucha más reputación y una imagen de marca más sólida, aunque con menos calidad. Bien es cierto que la logística en este caso juega a nuestro favor, teniendo en cuenta la proximidad y el hecho de favorecer a la producción, al comercio y a la integración de los países del interior del continente.

En cuanto al Lejano Oriente, la situación es un tanto diferente. Históricamente, Estados Unidos ha sido el proveedor por excelencia de la región, con muchos años de relación comercial a las espaldas. Recientemente, debido a las políticas agresivas del último presidente americano, esta relación se ha enfriado considerablemente, aunque no ha servido para frenarla por completo siendo todavía el volumen de comercio entre ambos bastante considerable. Es importante ser conscientes de la dificultad para un

pequeño productor como sería nuestra empresa, sin experiencia en el comercio internacional y sin una reputación de marca comparable a la estadounidense, adentrarse en el mercado asiático. Sin embargo, este mercado cuenta con los mayores números de importaciones en el mundo, algo que implica que, como ya sabemos, la oferta nacional no cubre, ni mucho menos, la demanda, lo que presenta margen de mercado para la entrada de nuevos proveedores, es decir, nosotros. Juega a favor del pistacho español el hecho de la calidad superlativa frente al pistacho iraní o estadounidense.

Si nos centramos en el Magreb, cuesta encontrar dificultades, precisamente por los esfuerzos que se están llevando a cabo en la región para promover una mayor integración tanto interna, entre los países magrebíes, como externa, con el resto de actores internacionales. Una prueba de esto es el acuerdo entre la Unión Europea y El Magreb, con el objetivo de fomentar el comercio y la libre circulación de mercancías, a través de la eliminación de los aranceles.

## 6.2 Oportunidades

Una vez analizadas las áreas importantes del proyecto, tanto la situación en la que se encuentra la economía internacional, como un estudio más específico del sector de la agricultura en cada país de interés, específicamente de los pistachos, además de haber realizado análisis sobre las políticas comerciales de las diferentes regiones en cuestión, somos capaces de observar la situación con una visión mucho más amplia.

Si nos dejamos abrumar por las amenazas y debilidades presentadas anteriormente, probablemente lleguemos a la conclusión de que este no es el mejor momento para iniciar nuestro proyecto, ya que la crisis que atravesamos puede parecer que nos sitúa en una complicada situación y un escenario poco favorable para llevar a cabo la actividad planteada. Los azotes a la economía de los países tanto europeos como asiáticos, o del norte de África (estos últimos incluso más afectados que el resto debido a un menor desarrollo), podrían significar un endurecimiento de los requisitos para las importaciones y, por tanto, del presupuesto disponible para estas, como resultado de una menor fortaleza económica por parte de los países. Esto es posible que influya en la

facilidad para comercializar el pistacho y el precio al que se negocie con los consumidores.

No obstante, es prácticamente imposible que, a pesar de las dificultades que atravesamos, se evapore la demanda del pistacho, un producto que, como ya hemos comentado, es sumamente escaso actualmente. Ya hemos visto como la cantidad de pistacho demandada supera con creces a la oferta disponible del fruto seco. La oportunidad existe cuando, en múltiples ocasiones, países como España que cuentan con las características necesarias para producir el fruto seco, no desarrollan plantaciones suficientemente grandes que satisfagan la demanda del país. Por ejemplo, en la península contamos con alrededor de 47.000 hectáreas plantadas, y aun así importamos en torno a 19.000 toneladas al año. En otros países, al no tener las condiciones necesarias para cultivar el producto, no tienen otra alternativa que importarlo, siendo esto otra buena señal para la idea de negocio (Maluenda M. J., 2020).

Hablando del continente Europeo, aun hacen falta 120.000 hectáreas más de plantación para poder cubrir la demanda interna por completo. La mayoría de las plantaciones actuales se encuentran en Grecia, Italia y España, pero se siguen importando unas 130.000 toneladas al año, principalmente provenientes de Estados Unidos e Irán (Pictet Asset Management, 2019). Esto nos deja ver la gran oportunidad de negocio ante la que nos encontramos, a pesar de las dificultades y los obstáculos a los que nos podamos enfrentar debido a la pandemia del Coronavirus.

Hemos visto como la situación juega a nuestro favor en El Magreb, con una eliminación de aranceles y un fomento del comercio que hará sumamente fácil, en la medida de lo posible, el hecho de establecer relaciones comerciales con los países interesados de la región, por lo menos los próximos 12 años. Además, en Asia también contamos con el margen de entrada debido al gran volumen de importación del continente, así como las diferencias entre estos y su principal proveedor, Estados Unidos que, en algún momento, puede servir como “excusa” para decidir distribuir el peso hacia otro proveedor, por ejemplo, España.

El principal objetivo al que aspira este proyecto es a satisfacer este “gap” que existe entre la demanda y la oferta, centrándose principalmente en las regiones con

mayores números de importación como Europa, El Magreb o Asia, pudiendo ser otro de los principales proveedores a nivel interno europeo, y adentrándose en estos nuevos mercados, sirviendo como alternativa a los ya conocidos Irán y Estados Unidos. Además, en el caso de la exportación a Europa, otra de las ventajas serían las facilidades logísticas debido a la geografía, frente a estos 2 proveedores externos, facilitándose así aún más la comercialización gracias a la reducción de costes.

Un factor a tener en cuenta es que todas las cifras económicas referentes a precios de comercialización están basadas en un escenario de venta "a granel", es decir, recoger el pistacho del árbol y venderlo al por mayor. Sin embargo, existe la posibilidad de establecer una marca propia, añadiendo valor al producto a través del procesado y envasado, y una mayor seriedad y reputación, lo que incrementa el precio considerablemente, además de darnos acceso a un mercado completamente diferente. Esto, además implicará una mayor diferenciación respecto al resto de proveedores que, sumado a la certificación ecológica, nos va posicionando cada vez mejor. Una vez comencemos a percibir los primeros ingresos, la idea es reinvertir todos los flujos de caja iniciales, con el objetivo de hacer la plantación cada vez más grande, aumentando así la producción y, con ella, la cuota de mercado.

Como ya hemos mencionado, el kilo de pistacho estándar a granel rondaría los 6 euros, a lo que habría que añadirle el hecho del procesado y la certificación ecológica, pudiendo situar el precio en los 14 euros. Si, además, se comercializa a través de una marca propia, con el envasado adecuado en paquetes de 250 gramos, por ejemplo, el precio podría dispararse fácilmente hasta los 30 euros por kilo que, dependiendo de la región en la que se venda, puede subir considerablemente, como por ejemplo en Holanda, donde podemos encontrar el kilo de pistacho a 45 euros.

No obstante, es importante no olvidarse de los costes en los que hay que incurrir para conseguir un cultivo de calidad y con proyección a futuro, con el añadido de que las facturaciones son nulas durante los primeros 5 años. También es necesario considerar los gastos de procesado, envasado, publicidad, infraestructura, logística y mano de obra. Sin embargo, una vez se cumpla este plazo de espera, podemos encontrarnos con ingresos que oscilan entre los 5.000 y 8.000 euros por hectárea,

habiendo invertido 1.000 en el momento inicial (Pictet Asset Management, 2019). Esto, sumado al gran margen que se presenta entre la oferta y la demanda, resulta en un escenario muy favorable para aventurarse a una inversión en el sector. Vemos como el negocio, como todos, requiere unos sacrificios y riesgos, que son compensados con creces una vez pasen los primeros años.

Es posible incluso encontrarle otras utilidades al fruto seco que pueden resultar atractivas para otros modos de comercialización del producto, más allá de la venta en su estado natural, aportando así una diversificación a la idea que supondrá cierta tranquilidad adicional en caso de que se tuerzan las cosas. Varias de las utilidades secundarias en las que el pistacho es el gran protagonista son recetas culinarias, tanto saladas como dulces, muy comunes en muchos países árabes, factor muy atractivo para muchos consumidores debido a las grandes cualidades nutricionales del pistacho. Los helados, la salsa de pesto, cremas con pistacho como ingrediente principal, condimento para ensaladas y aceite hecho con pistacho son algunos de los ejemplos que podemos encontrar.

## 7. Conclusión

La idea inicial consistía en exportar los pistachos españoles a Europa, El Magreb y el Lejano Oriente. Tras haber analizado el sector en Europa, el Lejano Oriente (tomando China como país de referencia) y El Magreb (tomando Marruecos como país de referencia) las políticas comerciales de dichas regiones, haber visto las oportunidades que presenta el sector teniendo en cuenta los análisis previamente mencionados y haber sopesado las dificultades a las que nos podemos llegar a enfrentar, llegamos al momento de la conclusión.

Un buen punto de partida sería el continente europeo, debido a la proximidad, simetrías en las políticas comerciales, y a un gran déficit en la oferta de pistachos. La producción del fruto seco se encuentra en España, como ya sabemos, y el mercado europeo cuenta con pocos países que reúnan las características necesarias para poder desarrollar el cultivo de pistachos con la mejor calidad posible. Por ello, el hecho de que España cuente con las condiciones climatológicas óptimas y el escenario de libre comercio europeo es un panorama óptimo aprovechar esta oportunidad.

En cuanto a la región magrebí y al Lejano Oriente, serían destinos muy interesantes una vez estuviese afianzado el comercio en Europa, siendo el primero El Magreb, debido a los acuerdos de cooperación establecidos entre la Unión Europea y estos países. Los aranceles son mínimos e incluso nulos y los países buscan cada vez más una integración en el comercio internacional, por lo que están abiertos a las relaciones comerciales. En cuanto al Lejano Oriente, se podría calificar como el destino más “difícil”, debido a la lejanía, la competencia ya existente, y los estrictos aranceles del continente. No obstante, es un objetivo viable y con margen operativo.

Las futuras líneas de investigación a tomar se basarían fundamentalmente en la expansión de la producción con el fin de producir un volumen lo suficientemente grande como para poder acceder al mercado asiático, además de ir consolidando con el tiempo el posicionamiento en Europa y El Magreb. En cuanto a las limitaciones de la investigación, principalmente residen en la falta de datos acerca del tema en ciertas regiones de El Magreb o del Lejano Oriente, de ahí la necesidad de coger los países más importantes a modo de representación de la región.



- Chilealimentos. (Febrero de 2021). *China espera un aumento del 45% en las importaciones de pistachos*. Obtenido de <https://chilealimentos.com/china-se-espera-un-aumento-del-45-en-las-importaciones-de-pistachos/>
- Comercio de la Unión Europea. (2020). *Unión Europea*. Obtenido de [https://europa.eu/european-union/topics/trade\\_es](https://europa.eu/european-union/topics/trade_es)
- Comisión Europea. (5 de Septiembre de 2019). La UE lidera el comercio mundial de productos agroalimentarios Obtenido de: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP\\_19\\_5527](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP_19_5527)
- CSR Laboratorio. (2018). *Principales productores de pistachos*. Obtenido de <https://csrlaboratorio.es/webs-tematicas/el-cultivo-del-pistacho/los-principales-productores-de-pistacho/>
- DatosRTVE. (28 de Febrero de 2020). *La vacuna en el mundo: más de 142 millones de personas ya han recibido al menos una dosis*. Obtenido de RTVE: <https://www.rtve.es/noticias/20210228/vacuna-coronavirus-mundo/2073422.shtml>
- Fondo Monetario Internacional. (Octubre de 2020). *Perspectivas económicas*. Obtenido de <https://www.imf.org/es/Publications/REO/EU/Issues/2020/10/19/REO-EUR-1021>
- Fresh Plaza. (2020). *Mercado estadounidense de exportación*. Obtenido de <https://www.freshplaza.es/article/9184092/fuerte-mercado-de-exportacion-de-pistachos-estadounidenses/>
- Laajimi. (2020). The nut sector in Tunisia, evolution and perspectives. En L. A.. Zaragoza: CIHEAM.
- Maluenda, M. J. (2020). *Perspectivas favorables para el pistacho*. Madrid: Agrodigital.
- Maluenda, M. J. (2020). Perspectivas favorables para el pistacho español por su alternativa y rentabilidad. *Agrodigital*, (pág. 4).
- Masbah, D. M. (2020). *The Maghreb Integration Report 2020*. Moroccan Institute for policy analysis.
- Miguelañez, R. (2020). Repasando la política comercial de la Unión Europea. *Qcom.es*.
- Nieves, V. (2020). China gana la batalla económica mundial: así aprovecha Pekín la crisis del Covid-19. *El Economista*.

- Oficina comercial de Chile. (2019). *Estudio de Mercado PMP Frutos secos en Marruecos*. Obtenido de Docplayer.es: <https://docplayer.es/52554797-Estudio-de-mercado-pmp-frutos-secos-en-marruecos.html>
- Pictet Asset Management. (Febrero de 2019). Importaciones del mercado europeo. *Pictet Asset Management*. Obtenido de <https://www.am.pictet/es/blog/articulos/desarrollo-sostenible/el-boom-del-pistacho#:~:text=Europa%20dispone%20de%2015.000%20hect%C3%A1reas,14.000%20toneladas%20vienen%20a%20Espa%C3%B1a.&text=Las%20importaciones%20al%20mercado%20europeo,son%20Estados%20Uni>
- Redacción Datos Macro. (2020). PIB de China. *Datos Macro*.
- Redacción IRNA. (21 de Diciembre de 2020). Las exportaciones de pistachos en Irán. *Agencia de Noticias de la República Islámica (IRNA)*. Obtenido de <https://es.irna.ir/news/84156240/Las-exportaciones-de-pistachos-iran%C3%ADes-superan-los-mil-millones>
- Redacción Opportimes. (9 de Marzo de 2020). Estados Unidos lidera las exportaciones de pistachos. *Opportimes*. Obtenido de <https://www.opportimes.com/estados-unidos-lidera-las-exportaciones-de-pistachos/>
- Redacción Tierras. (24 de Septiembre de 2020). *Canales Sectoriales*. Obtenido de <https://www.interempresas.net/Grandes-cultivos/Articulos/314336-MAPA-analiza-con-sector-de-frutos-secos-situacion-del-mercado-y-perspectivas-de-futuro.html>
- Redacción y agencias Rabat. (2021). Marruecos ha vacunado a casi tantas personas como en España y en un mes menos. *La Vanguardia*.
- Schiffes, S. (9 de Enero de 2021). Economía mundial en 2021: quiénes serán los ganadores y los perdedores. *BBC News*.
- Thibaud. (2020). Pistachio industry in China. *Daxueconsulting*. Obtenido de <https://daxueconsulting.com/pistachio-industry-in-china-chinese-consumers-trend/>
- Viveros Grajera. (15 de Junio de 2020). El potencial del mercado europeo para los pistachos. *Viveros Grajera*. Obtenido de <https://www.viverosgrajera.com/el-potencial-del-mercado-europeo-para-los-pistachos>

## 9. Anexos

**Tabla 1: Producción de pistachos y superficie de cultivo por país**

RANKING	PAÍSES	PRODUCCIÓN (T)	SUPERFICIE (HAS)
1	Turquía	170.000	60.814
2	Grecia	6.338	54.563
3	Italia	3.649	51.000
4	España	2.418	47.000

Fuente: Elaboración Propia/Atlasbig

**Gráfico 1: Exportaciones de pistachos EEUU**



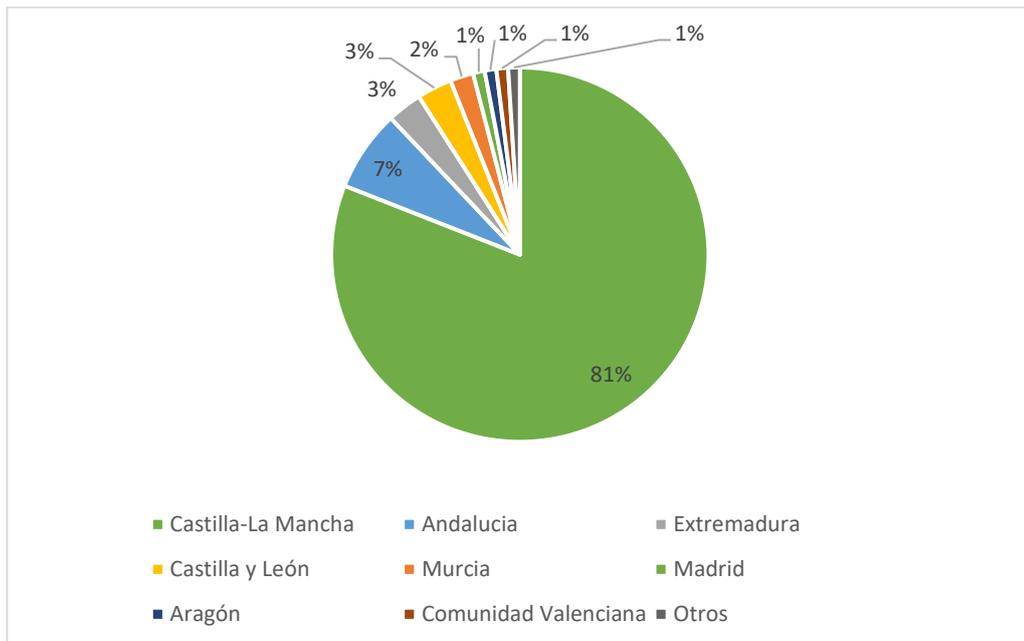
Fuente: (Redacción Opportimes, 2020)

**Tabla 2: Importaciones y exportaciones de pistachos por país en 2020**

PAÍS	IMPORTACIONES (kilos)	EXPORTACIONES (kilos)
Estados Unidos	12,6 millones	309,5 millones
Irán	11,3 millones	193,4 millones
China	63,5 millones	89,6 millones
Grecia	463,980	245,678
Turquía	1,3 millones	650,456
España	218,978	150,167
Italia	233,457	186,750

Fuente: (Redacción IRNA, 2020)/ (Redacción Opportimes, 2020)/ (Agroclm, 2020)

**Gráfico 2: Distribución geográfica de la plantación en España**



Fuente: CSR Laboratorio / Elaboración propia