



Informe final de la campaña de verdeo 2015

NOTA METODOLÓGICA	1
CALENDARIO DE LA CAMPAÑA	1
INCIDENCIAS EN LA PRODUCCIÓN Y COSECHA	2
PRODUCCIÓN Y CALIDAD	4
PRECIOS PERCIBIDOS POR EL AGRICULTOR	5
COMERCIALIZACIÓN	7
CONCLUSIONES.....	10

NOTA METODOLÓGICA

En el informe final de evaluación de la campaña de verdeo 2015 en Andalucía se valora la entrada de aceituna y precios pagados al agricultor en la presente campaña y se evalúa la producción final y comercialización de la anterior campaña. Para ello, se ha enviado un cuestionario a empresas de las principales provincias productoras, las cuales entaman en torno al 29% de la producción andaluza. La información se ha contrastado con la facilitada por Interaceituna, ASAJA y la Agencia de Información y Control Alimentario (AICA).

CALENDARIO DE LA CAMPAÑA

La campaña de verdeo 2015 se adelantó unos días, intentando evitar, así, el arrugado del fruto, tras un verano muy seco y con elevadas temperaturas, que han afectado especialmente al olivar de secano. Sin embargo, tras las lluvias de octubre, parte de la producción que no se había verdeado ha tenido una segunda oportunidad, y lo que parecía una corta campaña se ha alargado y a la fecha en que se redacta este informe no se puede dar por terminada para las variedades tardías.

La duración de la recolección de Gordal (48 días) ha triplicado la de la campaña anterior. A ello ha contribuido que este año haya habido mayor producción, tras el mínimo histórico de la campaña 2014/15.

La Manzanilla, cuya recolección ya se daba casi por acabada en la semana 42, se ha alargado hasta finalizar octubre en algunas zonas. Con ello se ha intentado aprovechar el efecto de las precipitaciones sobre el fruto. Mayoritariamente los frutos ya estaban demasiado maduros para poder alimentar los fermentadores, pero ha habido zonas en las que se ha podido mantener la entrada de aceituna, aunque con pequeños volúmenes.

Como otros años, la doble aptitud de la Hojiblanca resulta determinante para que los agricultores decidan el destino de su producción. Al ser más tardía, es la que más se ha beneficiado de las rezagadas lluvias. Las entamadoras la han demandado para llenar los fermentadores, y el elevado precio actual del aceite ha propiciado el incremento de precio en



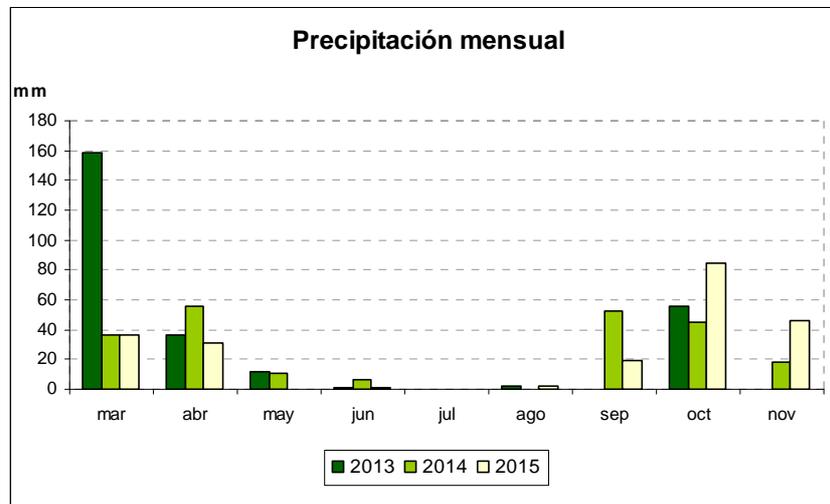
las tablillas, lo que ha motivado que todavía no se haya cerrado la producción finalmente destinada a verdeo.

INCIDENCIAS EN LA PRODUCCIÓN Y COSECHA

La climatología ha vuelto a condicionar la producción de aceituna de esta campaña y el desarrollo del verdeo.

Las precipitaciones registradas en el otoño-invierno de 2014, no llegaron a cubrir el importante déficit hídrico que arrastraba el olivar. Por segundo año, la primavera fue muy seca, y se ha visto acompañada de un verano con incrementos notables de las temperaturas máximas y mínimas en sucesivas olas de calor, que han afectado a la producción.

Gráfico 1 Precipitación mensual en las zonas productoras de aceituna de mesa de Sevilla.



Fuente: Elaboración propia con datos de las Estaciones Agroclimáticas del IFAPA (Los Morales, La Puebla del Río, Osuna, La Rinconada y Sanlúcar La Mayor).

La ausencia prácticamente total de precipitaciones desde mayo hasta bien adelantado el verdeo, ha perjudicado la producción de todas las zonas de secano. Por el contrario, el regadío ha mitigado la falta de precipitaciones favoreciendo una producción similar a la de otros años, en cuanto a calidad y calibres.

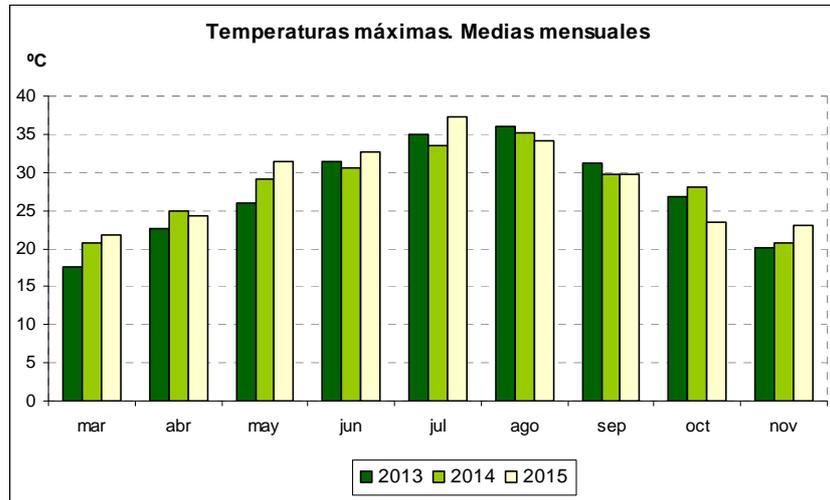
Las esperadas lluvias se han recibido desde mediados de octubre. Han sido abundantes pero tardías y apenas han tenido efecto en la cosecha de las variedades tempranas, que prácticamente estaban ya recolectadas. Los olivareros esperan que el régimen hídrico del próximo otoño-invierno sea favorable y el árbol pueda recuperarse de dos campañas en déficit.

Respecto a la temperatura, el efecto en la producción también ha sido distinto en función de la variedad y el tipo de riego. En general la primavera fue más cálida que la de años anteriores, siendo de especial relevancia las elevadas temperaturas registradas en mayo, llegando a alcanzarse los 40°C el día 13, lo que afectó negativamente a la floración, especialmente a la de la variedad Manzanilla. En el verano se produjeron largas jornadas de calor con elevadas temperaturas máximas (superiores a 35°C) y mínimas en torno a los 20°C que, en momentos de mínima humedad y sin reservas en el suelo, afectaron especialmente a la maduración y al crecimiento del fruto de secano.



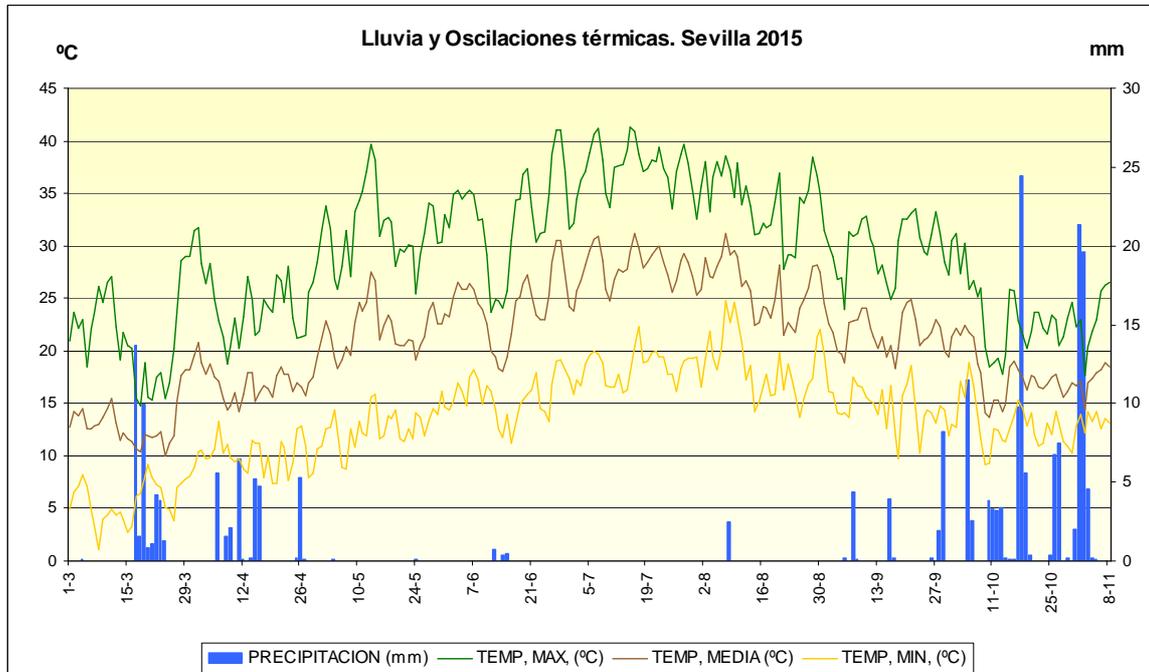
El descenso de las temperaturas medias en septiembre y octubre ralentizó ligeramente el enverado del fruto, favoreciendo un verdeo más tranquilo.

Gráfico 2 Medias mensuales de las temperaturas máximas en las zonas productoras de aceituna de mesa de Sevilla.



Fuente: Elaboración propia con datos de las Estaciones Agroclimáticas del IFAPA (Los Morales, La Puebla del Río, Osuna, La Rinconada y Sanlúcar La Mayor).

Gráfico 3 Lluvias y Oscilaciones de temperaturas en las zonas productoras de aceituna de mesa de Sevilla.



Fuente: Elaboración propia con datos de las Estaciones Agroclimáticas del IFAPA (Los Morales, La Puebla del Río, Osuna, La Rinconada y Sanlúcar La Mayor).



Por otro lado, la combinación de falta de humedad y calor ha propiciado la ausencia de incidencia de plagas y enfermedades. La aceituna ha estado en todo momento muy sana y con muy buena calidad. Los calibres han sido en general menores, habiéndose verdeado, tan sólo, los que tienen un interés comercial.

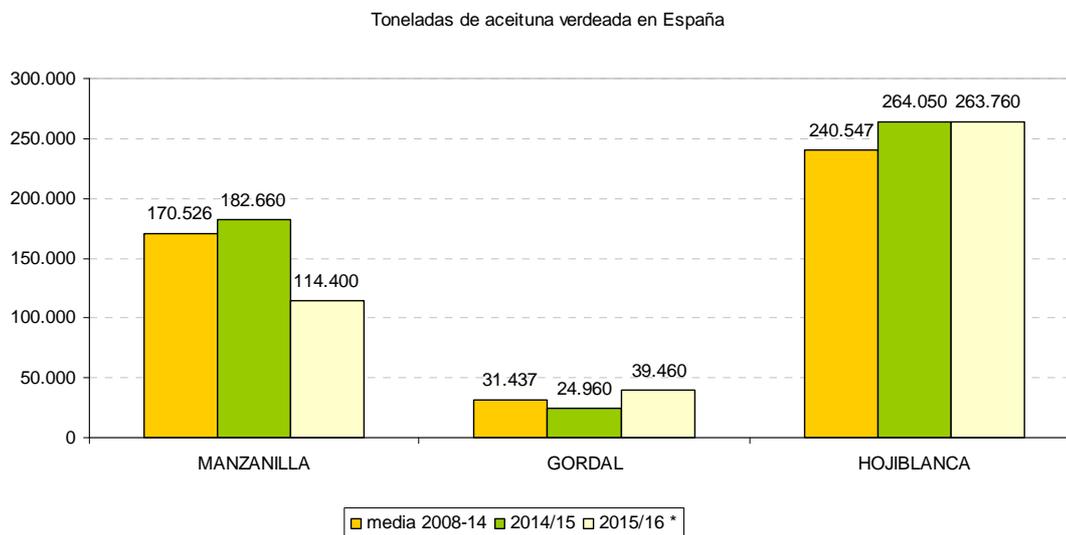
PRODUCCIÓN Y CALIDAD

Los datos de la AICA (Agencia de Información y Control Alimentarios) aún son provisionales, pero ya se pone de manifiesto un descenso de la producción de Manzanilla en torno al 37% respecto a la campaña pasada, mientras que la producción de Gordal se ha incrementado en torno al 58% y se espera que la Hojiblanca dedicada a verdeo sea una cantidad similar al del pasado año.

Cabe destacar que la producción de Gordal es finalmente superior a la aforada. En parte es debido a que, con los altos precios, al productor le ha interesado volver a contratar mano de obra para verdear árboles que inicialmente se habían desechado por el pequeño tamaño del fruto y que con el paso de los días habían podido recuperarse. En todo caso los calibres predominantes han sido los medianos, inferiores a 110/120.

La cosecha 2015 en España de las principales variedades (Manzanilla, Gordal y Hojiblanca) suma hasta el momento 417.620 toneladas, lo que representa un descenso del 11% respecto a la cosecha de 2014 (471.670).

Gráfico 4 Producción de aceitunas en España según variedades.



Fuente: Elaboración propia con datos de AICA (31-OCT-2015). (2015/16* datos provisional)

Respecto a la calidad, en general se considera que esta campaña ha puesto a disposición de los industriales una aceituna de muy buena calidad y sana, pero de calibre inferior al de otras campañas, con mayor preponderancia de tamaños medianos.



Unión Europea

Fondo Europeo Agrícola
de Desarrollo Rural



Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía
CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y DESARROLLO RURAL

Los agricultores vuelven a comentar la continua disminución de superficie de Gordal y especialmente Manzanilla en las comarcas de Aljarafe y Campiña por la falta de rentabilidad¹. La sustitución por otros cultivos y el abandono de labores culturales para reducir costes repercutirá negativamente en la producción de las futuras campañas.

PRECIOS PERCIBIDOS POR EL AGRICULTOR

El descenso de la producción y los elevados precios a los que se está comercializando el aceite han influido en los precios pagados a los agricultores.

Esta campaña, la **variedad Gordal** se ha mantenido en precios ligeramente inferiores a los de la campaña pasada, y con tendencia creciente a lo largo de la misma. Se distingue de otras variedades en que ha tenido una producción superior a la pasada y los industriales han intentado llenar los depósitos. Los calibres no han sido tan grandes como en otras campañas, pero los árboles no estaban tan estresados como en otras variedades y eso ha permitido ir incrementando los precios conforme se verificaba la calidad de la aceituna desde 0,90 €/kg a los 1,15 €/kg. Aunque el precio más habitual ha estado entorno a 1,00 €/kg. Son precios un 81% superiores al precio mínimo que se marcó en 2010

La **variedad Manzanilla**, prácticamente ha duplicado los precios pagados en las dos últimas campañas, alcanzando valores que no se habían visto desde 2007 y 2009. Los industriales han pugnado por la escasa cosecha existente mediante el incremento de precios, especialmente por los mejores calibres que han alcanzado las producciones en regadío. Esta subida de precios y demanda de producción por parte de los entamadores, se ha trasladado a la zona extremeña, donde se ha adquirido producto para llenar los fermentadores.

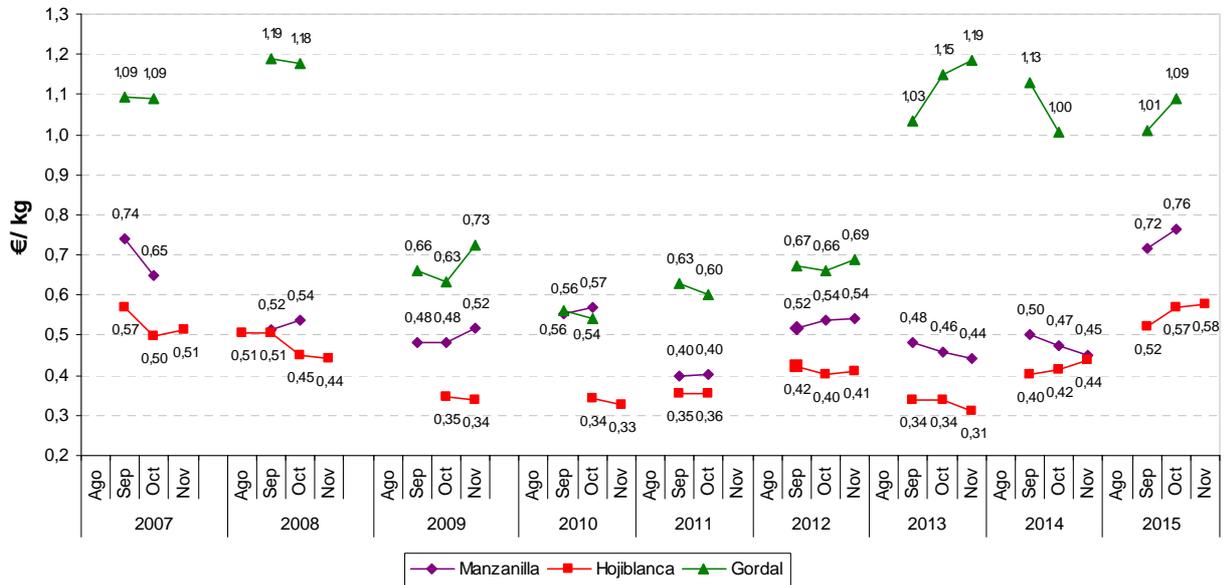
Los precios en las tablillas se han ido incrementando a lo largo de la campaña, en una horquilla que ha ido desde los 0,60 €/kg iniciales en operaciones puntuales, hasta los 0,81 €/kg. Aunque el precio más habitual ha estado en torno a los 0,73 €/kg. Estos precios son un 84% superiores al mínimo precio marcado por la Manzanilla en 2011.

La **variedad Hojiblanca** ha tenido un crecimiento en el precio medio cercano al 38%. Esta subida se ha debido al elevado precio que está marcando en este momento el aceite, a la necesidad que se ha generado por la escasa cosecha de Manzanilla, y a la creciente demanda internacional de aceituna entamada (como se puede ver en el siguiente apartado). Hojiblanca es una aceituna de doble aptitud y los agricultores han sopesado su destino. Al ser la variedad más tardía, se ha beneficiado de las precipitaciones registradas en octubre-noviembre y se ha alargado su verdeo al alcanzar características deseables para obtener una mejor cotización. El precio más habitual ha estado en torno a 0,54-0,57 €/kg, pero ha tenido cotizaciones puntuales de 0,36 €/kg (al inicio de campaña) y 0,68 €/kg para calibres excelentes. En los dos últimos años, el precio de Hojiblanca se ha incrementado un 68%, acompañando a los precios del aceite por la doble aptitud de esta variedad.

¹ Según datos de ASAJA, en los últimos 5 años se han arrancado 8.000 hectáreas de Manzanilla y Gordal, y se han abandonado otras 1.500 ha. Más del 50% del resto del olivar de mesa ha reducido drásticamente los costes de cultivo minimizando o espaciando los tratamientos de abonado y poda.

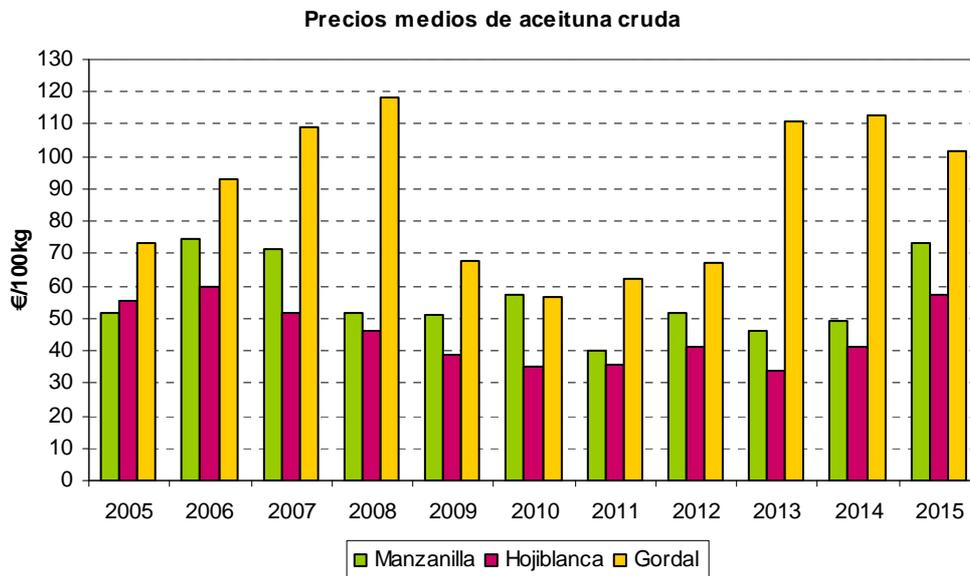


Gráfico 5 Precios mensuales en Andalucía para la aceituna de mesa, por variedades. Campañas 2007-2015.



Fuente: Elaboración propia con datos de MAMR (2007-2008); Consejería de Agricultura y Pesca (2009-2010); y OPM de la Consejería de Agricultura y Pesca (2011 a 2014). 2014 datos no consolidados.

Gráfico 6 Evolución de los precios medios por variedades. Campañas 2005-2015. *2015 datos no consolidados



Fuente: Elaboración propia con datos de MAMR "Precios anuales percibidos por los agricultores": (2005 a 2010) y datos OPM (2011 a 2015).



COMERCIALIZACIÓN

Al analizar la comercialización de aceituna de mesa, se aporta **información de las campañas anteriores, ya que la aceituna recogida en septiembre de 2015 y correspondiente a la campaña 2015/16, está en fase de elaboración y su comercialización no se iniciará hasta pasados unos meses.**

El cierre de la campaña 2014/15, con 564.920 toneladas comercializadas, es un 16% superior al volumen comercializado en la campaña precedente. Se pone de manifiesto, la creciente importancia de la exportación, que ya representa el 66% del volumen total comercializado, cuando en 2008 representaba el 56%. Las exportaciones están lideradas por las casi 218.000 toneladas exportadas de Hojiblanca (que crece un 9% respecto al año anterior) y por la exportación de Manzanilla (con un crecimiento del 36% y 110.000 toneladas).

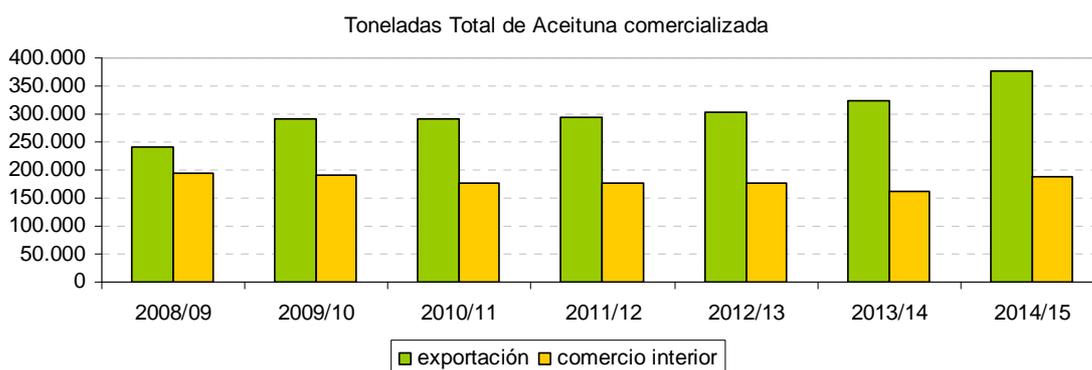
El comercio interior también ha crecido un 16% respecto al pasado año, rompiendo la tendencia de los últimos años y situándose por encima de las 189.000 toneladas, impulsado por el consumo de Manzanilla, que con 76.000 toneladas, casi ha duplicado el de la campaña anterior.

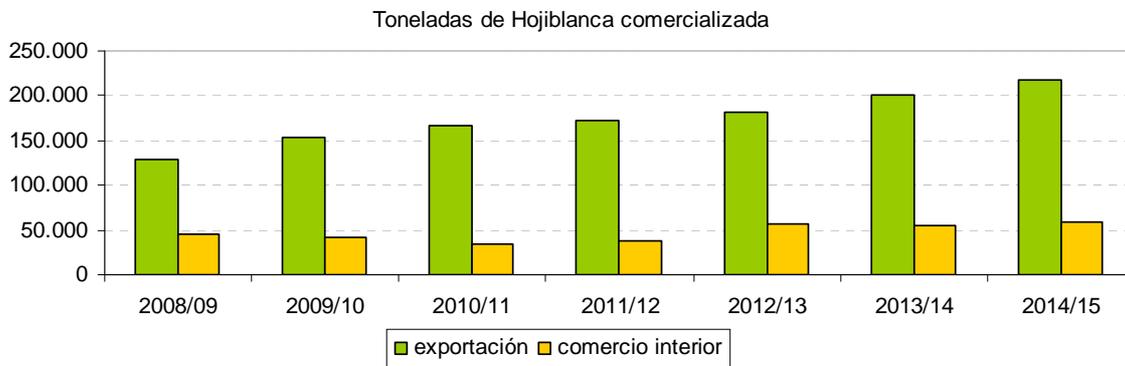
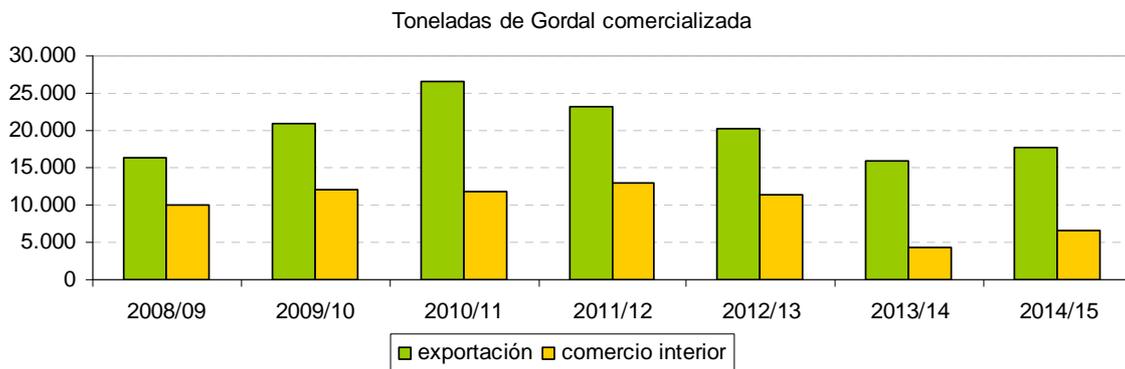
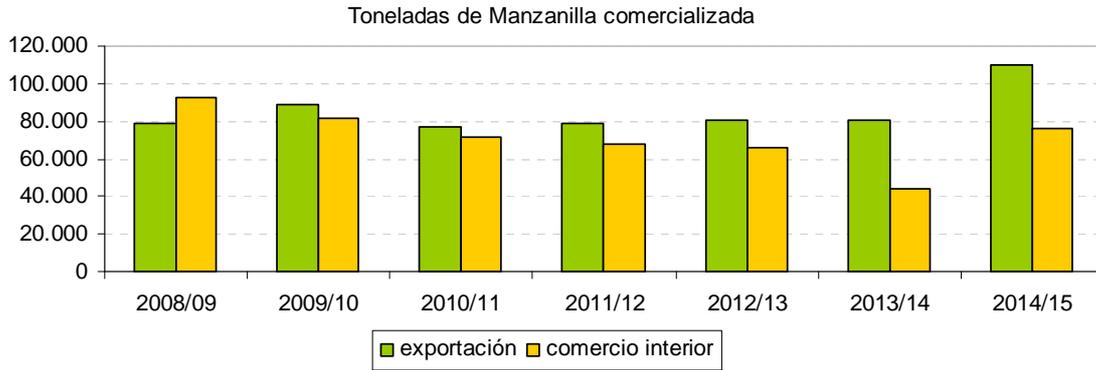
Desde la campaña 2008/09, la comercialización de aceituna de mesa ha mantenido una tendencia creciente, incrementándose un 30% impulsada por la exportación, que se ha incrementado un 56%, mientras el consumo interno ha disminuido un 2% en el mismo periodo.

La Manzanilla ha incrementado su exportación en un 39% entre las campañas 2008/09 y 2014/15, mientras el consumo interno ha disminuido un 18%.

El consumo de Hojiblanca ha tenido un importante crecimiento causado por el continuo incremento de las exportaciones (un 69% entre 2008/09 y 2014/15), mientras que el consumo interior se ha incrementado en un 30%.

Gráfico 7 Comercialización de Aceituna de Mesa por campaña.





Fuente: Elaboración propia con datos de AICA. Datos 31/10/2015

La comercialización de las primeras semanas de campaña marcan un ligero descenso, tanto de las exportaciones, como del consumo interno, respecto al mismo periodo de la campaña anterior, aunque los datos son aún poco significativos para apreciar la tendencia de los próximos meses, donde se verificará si hay incidencia en el consumo cuando se traslade al consumidor el incremento de precios pagados al productor.

El incremento de la comercialización, tanto en el mercado interior como en el mercado exterior, ha hecho que las existencias finales de la campaña 2014/15 hayan sido un 15% inferiores a las que hubo en la campaña 2013/14. La campaña 2015/16 se inicia, así, con 296.740 toneladas almacenadas y una creciente demanda de todas las variedades.

**Tabla 1** Existencias finales de aceituna entera y escurrida.

(miles toneladas)	Camp 2013/14	Camp 2014/15	Variación
	31/08/2014	31/08/2015	
MANZANILLA	119,36	110,78	-7%
GORDAL	12,46	16,76	35%
HOJIBLANCA	151,82	130,59	-14%
OTRAS	66,13	38,61	-42%
TOTAL	349,77	296,74	-15%

Fuente: Elaboración propia con datos de AICA.

España es el primer productor y exportador de aceituna de mesa. Con los últimos datos del Consejo Oleícola Internacional (noviembre de 2014) en 2013/14 produjo el 31% de toda la aceituna mundial, y Andalucía, con el 76% de la producción nacional, comercializó más del 20% de toda la aceituna que se consume en el mundo.

España exporta a más de 150 países, copando los 10 primeros el 74% del volumen y del valor exportado. EEUU, Italia y Rusia siguen siendo, a pesar del descenso experimentado en las exportaciones a Rusia, los principales destinos de la producción nacional de aceituna de mesa, acogiendo entre las tres el 39% de la producción y el 43% del valor exportado. Cabe reseñar el ascenso experimentado por Arabia Saudí, Estados Unidos y Brasil como mercados de destino y el descenso de Rusia y Reino Unido.

Tabla 2 Principales destinos de la aceituna de mesa, según el valor de lo exportado.

España	Campaña 2013/14	Campaña 2014/15	variación	Andalucía	Campaña 2013/14	Campaña 2014/15	variación
Estados Unidos	23,7%	27,2%	25,1%	Estados Unidos	29,7%	33,3%	25,4%
Italia	8,9%	8,8%	7,0%	Italia	10,1%	9,8%	9,1%
Rusia	9,1%	7,1%	-15,0%	Arabia Saudí	6,0%	6,5%	22,3%
Alemania	6,7%	6,9%	12,7%	Alemania	6,0%	5,3%	0,2%
Francia	6,4%	6,1%	3,8%	Brasil	3,5%	4,8%	52,0%
Arabia Saudí	4,6%	5,2%	22,6%	Francia	4,6%	4,7%	14,7%
Brasil	3,3%	4,5%	52,7%	Reino Unido	5,5%	4,4%	-9,9%
Reino Unido	4,8%	4,2%	-5,0%	Rusia	4,5%	3,7%	-7,3%
Polonia	2,6%	2,3%	-3,2%	Canadá	2,5%	2,3%	1,0%
Canadá	2,3%	2,2%	3,1%	Polonia	1,6%	1,7%	22,4%
Total top 10	72%	74%		Total top 10	74%	77%	
Exportación total (miles de euros)	656.740	717.047	9%	Exportación total (miles de euros)	500.011	559.933	12%

Fuente: Elaboración propia con datos de DATACOMEX (13-NOV-2015).

Andalucía exporta a más de 130 países, copando los 10 primeros destinos el 75% del volumen y el 77% del valor exportado. Se ha producido un incremento del 12% respecto a lo exportado la anterior campaña. Estados Unidos, Italia, Arabia Saudí y Alemania son los principales destinos de la producción andaluza de aceituna de mesa, acogiendo entre los cuatro el 51% de la producción y el 55% del valor exportado. Como en España, cabe reseñar el ascenso experimentado por Brasil, Estados Unidos y Arabia Saudí como mercados de destino, así como el descenso de Rusia, Portugal y Reino Unido.



Tabla 3 Principales destinos de la aceituna de mesa, según el volumen exportado.

España	Campaña 2013/14	Campaña 2014/15	variación	Andalucía	Campaña 2013/14	Campaña 2014/15	variación
Estados Unidos	16,4%	20,5%	33,1%	Estados Unidos	20,9%	25,1%	34,1%
Italia	10,4%	10,2%	4,9%	Italia	12,3%	11,8%	7,5%
Rusia	10,4%	8,2%	-16,2%	Alemania	7,6%	7,2%	5,2%
Alemania	7,7%	7,4%	1,9%	Francia	6,7%	6,7%	10,7%
Francia	7,1%	7,1%	5,7%	Brasil	5,1%	6,3%	39,1%
Brasil	4,8%	6,3%	38,7%	Reino Unido	6,2%	5,8%	4,1%
Reino Unido	4,9%	4,9%	5,5%	Arabia Saudí	5,2%	5,3%	14,6%
Arabia Saudí	3,9%	4,2%	15,0%	Rusia	3,3%	2,6%	-10,0%
Portugal	3,5%	2,8%	-15,8%	Portugal	3,2%	2,4%	-17,2%
Canadá	2,6%	2,4%	1,4%	Canadá	2,5%	2,3%	1,1%
Total top 10	72%	74%		Total top 10	73%	75%	
Exportación total (toneladas)	433.612	461.390	6%	Exportación total (toneladas)	314.743	351.338	12%

Fuente: Elaboración propia con datos de DATACOMEX (13-NOV-2015).

CONCLUSIONES

- Las condiciones climatológicas de la primavera, coincidentes con la floración y el cuajado, junto al estrés hídrico y las olas de calor estivales, han interferido negativamente en la producción final de Manzanilla, pero no tanto en Gordal y Hojiblanca.
- A día de hoy, la campaña 2015 ha registrado un descenso de la producción. Sin embargo, los datos definitivos de la variedad Hojiblanca, que aún no ha terminado debido a su doble aptitud, pueden compensar el descenso de la Manzanilla.
- La aceituna, en general, presenta muy buena calidad sanitaria, pero menor calibre.
- Los precios han tendido al alza, alcanzando valores similares a los de 2007.
- La campaña de comercialización 2014/15 ha marcado un crecimiento del 16% en el consumo, tanto en el mercado interior como en las exportaciones, siendo especialmente reseñable el crecimiento experimentado por las variedades Manzanilla y Hojiblanca.
- EEUU, Rusia e Italia son los principales destinos de la producción nacional de aceitunas, acogiendo entre las tres el 39% de la producción y el 43% del valor exportado.
- Los destinos de la producción Andaluza son EEUU, Italia, Alemania y Arabia Saudí, debido al pronunciado descenso de las exportaciones a Rusia. Estos cuatro países asumen el 51% de la producción y el 55% del valor exportado.