

INFORME FINAL DE LA CAMPAÑA 2010/11 DE ACEITUNA DE MESA

(09 de diciembre de 2010)

En el presente informe final de seguimiento de la campaña de verdeo 2010/11 en Andalucía, se incorpora la información facilitada, telefónica o presencialmente, por 13 de las principales empresas entamadoras andaluzas situadas en Córdoba y Sevilla (que representan en torno al 15% del total de la aceituna transformada de Andalucía), además de la facilitada por ASAJA y la publicada por la AAO.

CALENDARIO DE LA CAMPAÑA

La campaña 2010/11 se ha caracterizado por un inicio de la recolección en las fechas habituales, según las zonas y variedades. *Gordal* es la variedad más temprana, iniciando su campaña en toda la zona de producción sevillana en la última semana de agosto. Su recolección y la de *Manzanilla* avanzó muy rápidamente (en algunas zonas la velocidad de recolección ha sido superior a la normal hasta en un 30%), propiciando que se adelantase el inicio de la recolección de *Hojiblanca*. El resto de variedades han seguido su calendario habitual de cosecha.

La velocidad de recolección, facilitada por las buenas condiciones climáticas y por la disponibilidad de mano de obra, ha propiciado el rápido llenado de los almacenes de las entamadoras que, en muchos casos, han dado por finalizada la campaña de recepción antes de lo habitual. En algunas zonas la recolección se ha realizado en apenas 25 días laborables.

INCIDENCIAS EN LA PRODUCCIÓN Y COSECHA

La existencia de incidencias climáticas o sanitarias a lo largo del año y durante la campaña de recolección, incide de forma notable tanto en la producción final, como en la calidad de la aceituna.

La climatología a lo largo de la campaña ha favorecido la carga de aceituna en el olivo. La abundante pluviometría registrada de diciembre a marzo permitió la recuperación de los acuíferos y del estado fisiológico general del olivar, aunque también se generaron ciertos problemas de exceso de humedad en algunas zonas. La benigna primavera favoreció la floración y cuajado del fruto de todas las variedades en todas las zonas productoras, pero las oscilaciones térmicas registradas en mayo potenciaron la vejería de los árboles más sensibles.

Por otro lado, las lluvias registradas a mediados de agosto y repartidas entre septiembre y octubre, afectaron de forma desigual a las variedades y zonas productoras, pero en general, potenciaron el crecimiento de la aceituna y han favorecido la recolección de un fruto muy sano.

La recolección continuada, prácticamente sin interrupciones a causa del agua, unida a la gran disponibilidad de mano de obra, se ha traducido en la rápida recolección comentada anteriormente, que ha propiciado el descenso de los precios (inicialmente más altos porque se esperaba menor producción), por un exceso de oferta que ha llenado los almacenes de cooperativas y entamadoras.

A mitad de campaña se detectó un problema de abastecimiento de sosa cáustica, que provocó el cese temporal en la adquisición de aceitunas por parte de algunas empresas, hasta la normalización del suministro (localización de nuevos proveedores, compra de sosa en otros sectores industriales, etc.).

PRODUCCIÓN Y CALIDAD

Andalucía es la principal productora mundial de aceituna de mesa. En la campaña pasada (2009), el 78% de la aceituna procesada en España fue andaluza, y Sevilla aportó el 70% de la aceituna que se procesó en Andalucía (lo que representa el 54% de la producción nacional de aceituna destinada al aderezo en esa campaña).

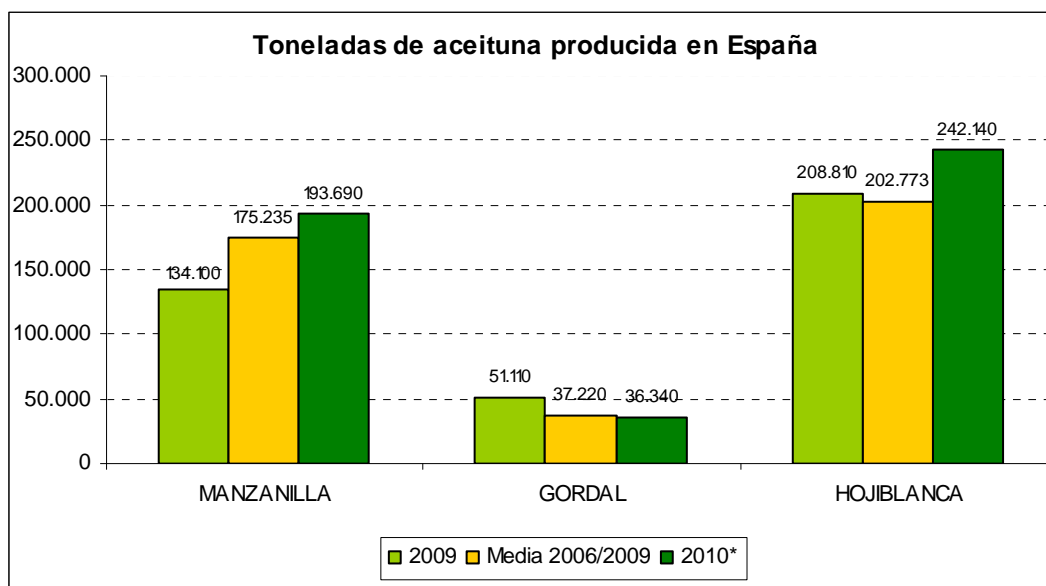
Según datos a 31 de octubre de 2010 de la AAO, en la campaña actual Andalucía ha destinado a aderezo el 81% de las 578.253 toneladas producidas en España. El 72 % de la aceituna andaluza tuvo su origen en Sevilla, por lo que el 58% de la producción nacional de aceituna destinada al aderezo es sevillana.

A pesar de que los aforos iniciales de la AAO indicaban que la producción de esta campaña estaría por debajo de la media de las campañas 2006 a 2009, entre un 7 y un 30% según variedades, finalmente la producción de la campaña 2010 ha sido un 20% superior a la de 2009, lo que representa un 14% más de producción respecto a la media de las cuatro campañas anteriores.

En concreto, la variedad **Manzanilla** ha dado un vuelco a las expectativas iniciales y, finalmente, ha tenido una producción superior a la de la campaña pasada en un 44% (un 11% respecto a la media de las cuatro últimas campañas). La caída de producción de **Gordal** roza el 30% respecto al año pasado (que fue un año de producción record) pero sólo es un 2% inferior si lo comparamos con la media de las cuatro últimas campañas, lo que pone de manifiesto la vejería de esta variedad.

De la variedad **Hojiblanca** se ha destinado a verdeo un 16% más de producción que el año pasado, lo que representa un 19% más si se compara con la media de las cuatro últimas campañas. El incremento en esta variedad de doble aptitud está determinado por los bajos precios a los que se paga la aceituna de molino, así como por la mejor recuperación del árbol al cosecharse antes. Por otro lado, en este año los grandes calibres alcanzados por **Manzanilla** han aumentado la demanda por parte de algunas entamadoras de **Hojiblanca** de calibres pequeños, para así atender los gustos de sus clientes.

Gráfico 1 Producción de aceitunas en España según variedades.



(*) producción contabilizada a 31 de octubre de 2010.

Fuente: Agencia del Aceite de Oliva, noviembre de 2010.

Todas las empresas consultadas han puesto de manifiesto este aumento en la producción en campo, lo que ha hecho que determinadas empresas hayan tenido que incrementar sus instalaciones para maximizar su capacidad productiva. Este año el sector no ha manifestado estar trabajando por debajo de sus capacidades.

Además, los agentes consultados han puesto de manifiesto que la variación entre las estimaciones iniciales de campaña y la realidad en el campo, ha resultado determinante a la hora de disponer la campaña, originando el pronto llenado de almacenes, el descenso de precios o la falta de suministro de sosa en determinados momentos.

En cuanto a la calidad, la aceituna cosechada este año ha sido muy buena, con un excelente calibre en todas las variedades, una alta relación pulpa-hueso, y muy poca incidencia de viraje del color, que sin embargo no se ha recompensada adecuadamente en los precios.

Todas las entidades colaboradoras han indicado que el tamaño medio del fruto en esta campaña ha sido muy superior al de campañas precedentes. Así, entre un 60 y un 80% de la producción llegada a la entamadora, ha tenido un calibre superior a 240, cuando lo habitual es que el calibre medio esté por encima de los 300¹.

¹ El calibre de aceituna se mide por el número de frutos que contiene un kilogramo. Calibres más altos implican menor número de frutos. El calibre mínimo aceptado en aceituna de calidad es 240.

PRECIOS PERCIBIDOS POR EL AGRICULTOR

Todas las empresas consultadas han indicado que los precios percibidos por el agricultor en esta campaña tuvieron un rápido descenso en las primeras semanas de la misma, del que no se han recuperado. Este descenso se relaciona con la constatación de que la producción de este año no estaba por debajo de la media, sino que era (y así ha sido) superior a la de una campaña media (excepto en la variedad *Gordal*).

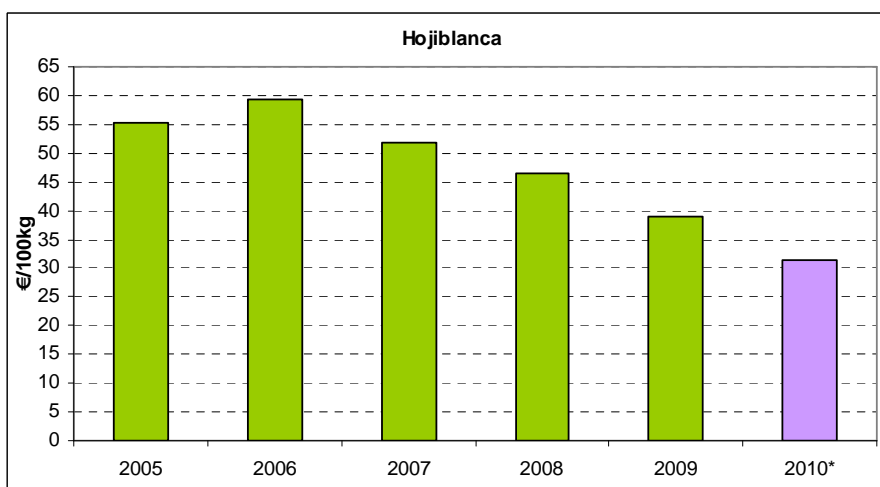
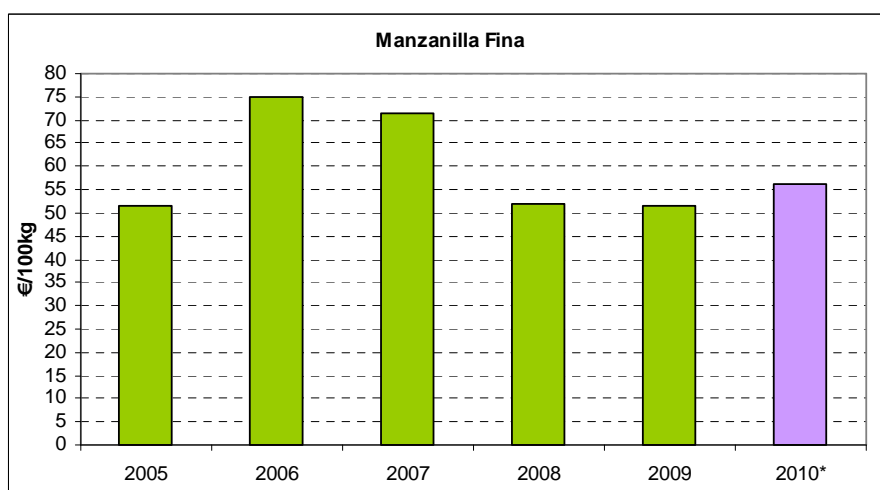
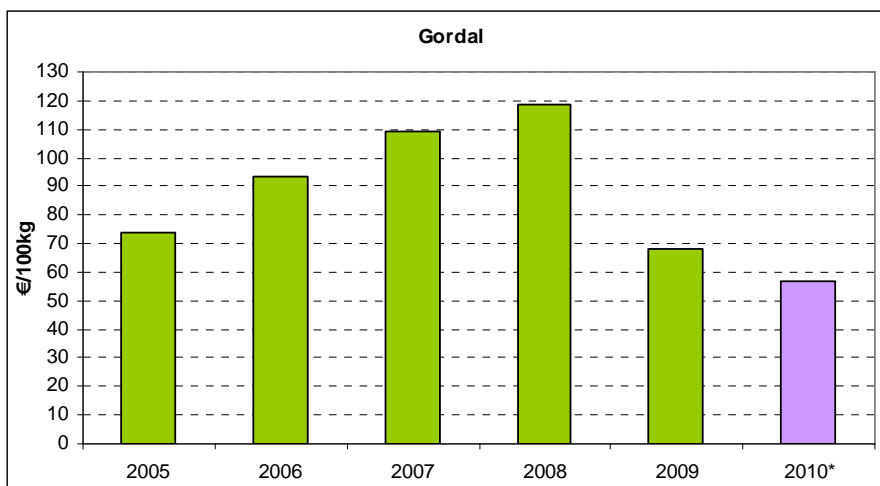
En todo momento los precios de **Gordal** han estado por debajo de los precios de la campaña pasada, debido a la escasa demanda de este año, como consecuencia del importante almacenaje existente aún de la campaña pasada y a pesar de la manifestada calidad de la aceituna de este año. Las empresas consultadas indican que el precio mayoritario ha sido 0,54 €/kg, aunque inicialmente se alcanzaron en algunas zonas los 0,60 €/kg. En todo caso, estos precios están por debajo de los costes de producción (cuyo valor medio ponderado es 0,82 €/kg), del precio pagado el año pasado (0,68 €/kg), que ya resultaba significativamente inferior a los precios de campañas anteriores debido a la producción record obtenida, y del precio de *Manzanilla* (contrario a lo que sucede habitualmente).

A pesar de esto, el precio pagado por **Manzanilla** tampoco ha cumplido las expectativas de los productores al inicio de campaña, ya que, si bien comenzó la misma con buenos precios (0,66 €/kg en la zona del Aljarafe y 0,63 €/kg en el resto de las zonas), rápidamente los precios descendieron hasta alcanzar un precio medio mayoritario de 0,55 €/kg. Y eso a pesar de la escasez de aceituna almacenada, la buena calidad que el fruto ha presentado este año y las perspectivas de incremento en su comercialización, fundamentalmente en la exportación. Así, finalmente el precio medio de esta campaña se encuentra algo por encima del de la campaña pasada, pero aún lejos de los precios de 2006 y 2007.

El precio pagado por **Hojiblanca** en los puestos también descendió muy rápidamente para la aceituna recogida con vibrador, desde los 0,36 €/kg hasta los 0,30 €/kg, en apenas 15 días. Aunque estos precios son algo superiores a los pagados el pasado año en la aceituna de molino, son un 20% inferiores a los pagados en dicho año para la aceituna de verdeo. Sin embargo, el poco fruto recolectado a mano ha mantenido unos precios entorno a 0,57 €/kg a lo largo de la campaña.

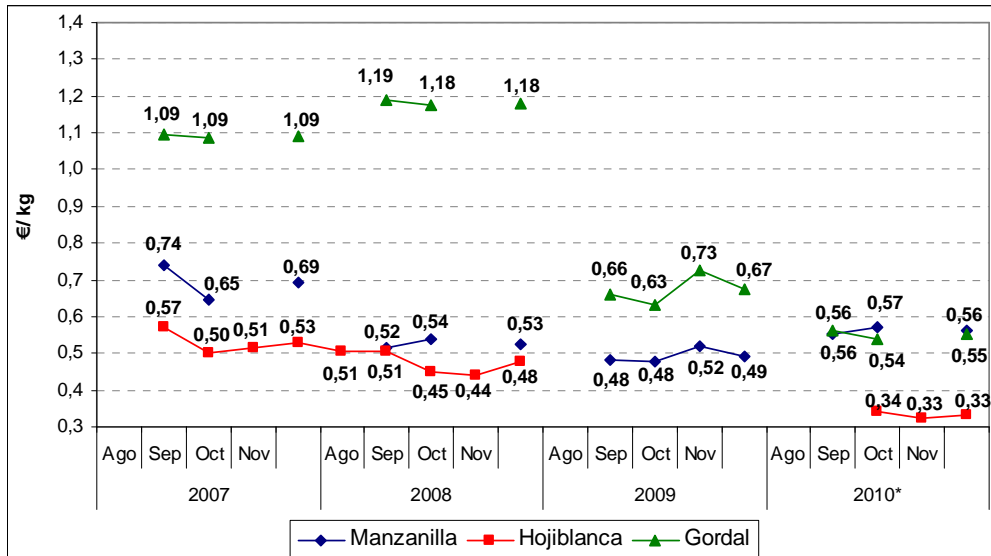
En los gráficos siguientes puede verse la evolución de los precios percibidos por el agricultor en las distintas variedades en años anteriores, en comparación con los precios suministrados por las empresas para esta campaña. *Manzanilla* es la única variedad que parece remontar un poco los precios con relación a años anteriores.

Gráfico 2 Comparación del precio medio suministrado por las empresas en 2010 y los precios anuales percibidos por el agricultor por la aceituna de aderezo, según variedades, en Andalucía.



Fuente: MARM (2005, 2006, 2007, 2008 y 2009: "Precios anuales percibidos por los agricultores. Comunidades Autónomas y provincias". (*) = precio medio suministrado por las empresas.

Gráfico 3 Precios mensuales en Andalucía para la aceituna de mesa, por variedades. Campañas 2007, 2008, 2009 y 2010*.

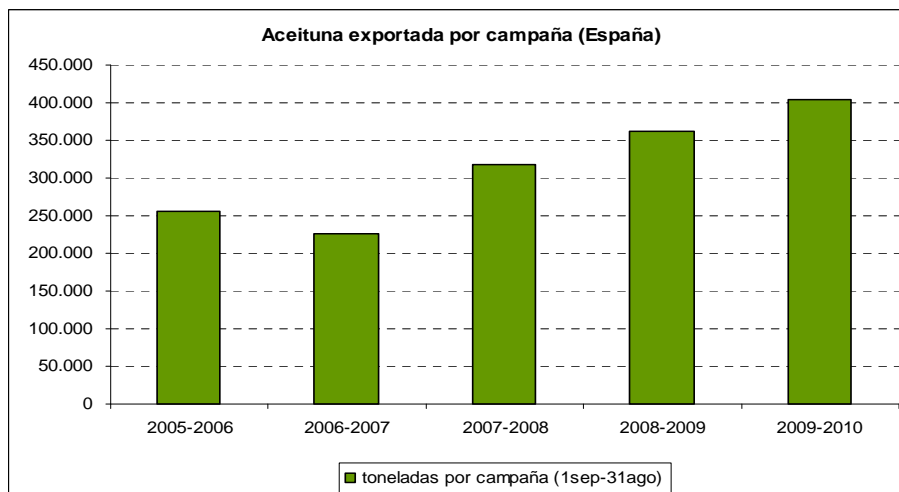


Fuente: MARM (2007 y 2008) y Consejería de Agricultura y Pesca (2009 y 2010). (*) Los datos de 2010 son provisionales.

COMERCIALIZACIÓN

Las exportaciones de aceituna española se han incrementado desde el año 2007, contabilizándose la campaña pasada (2009/10) 404.560 toneladas (un 12% más que la campaña anterior), lo que ha influido significativamente en el descenso de la aceituna almacenada. Si se mantiene la tendencia alcista, se perfilan muy buenas perspectivas para la comercialización de la aceituna en esta campaña².

Gráfico 4 Exportación desde España de Aceituna no destinada a aceite, por campaña.



Fuente: Elaboración propia con datos de Ices (octubre de 2010).

² Los principales países de destino son Estados Unidos, Italia, Francia, Alemania, Reino Unido, Arabia Saudí y Rusia.

En cuanto a los datos de comercialización³ de aceituna de mesa en los dos primeros meses de la campaña 2010/11, ésta ha caído un 2% con relación al mismo periodo de la campaña pasada. De las 82.720 toneladas comercializadas, 51.220 toneladas corresponden a la exportación (un 1% menos que en el mismo periodo de la campaña 2009/10) y 31.500 al mercado interior (un 3% menos). Considerando las principales variedades, la comercialización en septiembre y octubre de aceituna *Manzanilla* es la que más se ha resentido, disminuyendo tanto en el mercado exterior (-21%) como en el interior (-60%). Sin embargo *Gordal* ha duplicado las exportaciones del año pasado para ese periodo, y *Hojiblanca* ha incrementado la comercialización interior un 29%.

VALORACIÓN FINAL DE CAMPAÑA

En líneas generales, la **producción** de esta campaña se ha beneficiado de las buenas condiciones climáticas durante el cultivo y el periodo de cosecha, valorándose como buena la **cantidad** producida de aceituna, al estar un 14% por encima de la media. Además, la **calidad** del fruto en esta campaña ha sido **excelente**, tanto en tamaño y color, como en relación pulpa/hueso.

Sin embargo, aunque las condiciones de mercado, a priori, (creciente demanda de las exportaciones y bajos “stocks” iniciales en casi todas las variedades) eran idóneas para que los productores alcanzasen un **precio** por encima de los costes de producción, la realidad a lo largo de la campaña ha sido otra, obteniéndose precios más bajos de lo esperado.

El exceso de oferta puntual (causada por la rápida recogida) junto con un problema en la cadena de producción (la falta de sosa), así como el descenso de la comercialización en el mercado interior, parecen haber sido la causa de la obtención de unos precios al productor muy por debajo de lo esperado, especialmente en *Gordal*.

En estos momentos todavía hay dudas sobre cómo se desarrollará la **comercialización** de la aceituna recogida. La problemática socioeconómica, el precio del dólar o las trabas burocráticas, pueden ensombrecer las perspectivas exportadoras. Sin embargo, la creciente consideración de la dieta mediterránea (en la que las aceitunas de mesa juegan un papel importante) parece estar incrementando la demanda de estos productos y abriendo nuevos mercados.

BOLETÍN DE PRENSA

30/11/2010. **El Grupo Ángel Camacho pone en marcha su planta argentina con una inversión de tres millones de euros.** Cuenta con una capacidad de producción anual de 5 millones de kilos de aceitunas (15 millones de tarros). Con una inversión de tres millones de euros, la empresa Sevillana GRUPO ANGEL CAMACHO pone en marcha su planta de envasado de aceitunas verdes en Argentina, considerada de las más modernas y avanzadas dentro del sector, con maquinaria y tecnología de última generación. (Besana.es)

29/11/2010. **La cosecha mundial de aceituna de mesa alcanzará 2,3 millones de toneladas en 2010/11.** España sigue liderando el ranking como principal potencia internacional (primer productor y exportador) con una producción de 470.800 toneladas. El COI ha estimado que los datos mundiales de consumo de aceituna de mesa mejorarán un 2,8%, pero serán inferiores a

³ Datos de la Agencia para el Aceite de Oliva.

los de la producción prevista para la campaña de comercialización 2010/11 (sobre los 2,20 millones de toneladas). (Besana.es, Periodicoagricola.com, TerraAgraria.es)

25/11/2010. **Informe del mercado del aceite de oliva y de la aceituna de mesa realizado por el Grupo de Análisis de Mercados del Consejo Asesor de la AAO.** Se detalla que la entrada neta de aceituna cruda ha sido de 548.530 toneladas, un 25 por ciento más que la campaña pasada, mientras que las importaciones sólo representan 130 toneladas, todas ellas efectuadas por industrias entamadoras. Al inicio de la campaña -1 de septiembre-, las existencias se situaban en 267.230 toneladas, un 20 por ciento menos que en la misma fecha de 2009, de las cuales 227.370 toneladas se corresponden a entamadoras y 39.860 a envasadoras. Por su parte, las existencias finales -a 31 de octubre de 2010- ascendieron a 725.430 toneladas, un 7 por ciento más que el pasado año; con un crecimiento del 8 por ciento del stock en manos de entamadoras (682.900 toneladas) y del 6 por ciento en el caso de las envasadoras (42.530 toneladas). (Efeagro.com, Agrodigital.com).

22/11/2010. **Trabas administrativas están acabando con las exportaciones de aceitunas de mesa rellenas a Rusia.** ASEMESA denuncia que los efectos de los escollos burocráticos impuestos por Rusia están perjudicando gravemente al sector, de hecho ya se han dejado de exportar 3.000 toneladas del producto, lo que equivale a 10 millones de euros, cifras que, según la propia Asociación, van en aumento. Una mayor coordinación entre la Administración central y autonómica ayudaría a paliar el problema. (Agroterra.com, Agrocope.com y Besana.es)

15/11/2010. **Gran calidad y pérdidas para los agricultores.** Terminada la recolección de aceituna de mesa, que este año se ha llevado a cabo en un tiempo récord, el balance de la campaña es negativo para el agricultor que, pese a haber conseguido mejores precios que el año pasado en el caso de la manzanilla, sigue produciendo a pérdidas en todas las variedades. Este año, además, la calidad de la aceituna recolectada se ha considerado excelente, por lo que según ASAJA «no se encuentran razones a que los envasadores hayan practicado una política de bajos precios y de rebaja de los mismos a final de campaña». España es, además, el país donde menos se paga a los productores. Como ejemplo, señalan que en California se paga por la manzanilla 0,92 euros/kilo. (Asaja en abcdesevilla.com).

31/10/2010. **La Junta presentará un plan para modernizar el olivar de verdeo.** Tras haber diagnosticado los males que sufre el sector del olivar de aceituna de mesa en Andalucía y haber constatado que los agricultores producen a pérdidas y que el sector está atomizado y necesita una reestructuración urgente para ser competitivo, la Consejería de Agricultura de la Junta se ha comprometido con las organizaciones agrarias a abordar el problema y a presentar para ello, antes de diciembre, un plan de reestructuración y modernización que se podría comenzar a aplicar en primavera. (abcdesevilla.es)