

INFORME FINAL DE LA CAMPAÑA 2011/12 DE ACEITUNA DE MESA

(1 de diciembre de 2011)

En el presente informe final de seguimiento de la campaña de verdeo 2011/12 en Andalucía se incorpora la información facilitada por 14 de las principales empresas entamadoras andaluzas situadas en Córdoba y Sevilla, con una producción de más de 112 millones de kilos de aceitunas (lo que representa el 27% de la producción¹ andaluza contabilizada por la Agencia del Aceite de Oliva (AAO) a 31/10/11). Además se ha contado con la colaboración de ASAJA y se ha incorporado la información publicada por Interaceituna y UPA.

CALENDARIO DE LA CAMPAÑA

La campaña 2011/12 se ha caracterizado por un inicio de la recolección en las fechas habituales, según las zonas y variedades, pero, debido al estado de madurez de la aceituna, se ha producido un adelanto medio de 7-10 días en las fechas álgidas de recolección, aunque en general la fecha de finalización de la campaña ha sido la habitual de cada zona.

Sin embargo, en algunas zonas los agricultores han destinado a molino más producción de lo inicialmente previsto para aquellas variedades con doble aptitud, debido a las características del fruto en esas fechas (color, arrugado, rendimiento graso) y al bajo precio alcanzado en los mercados. Esto ha propiciado que algunas industrias no hayan llenado los almacenes al ritmo esperado, al contrario de lo ocurrido en la campaña pasada.

INCIDENCIAS EN LA PRODUCCIÓN Y COSECHA

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

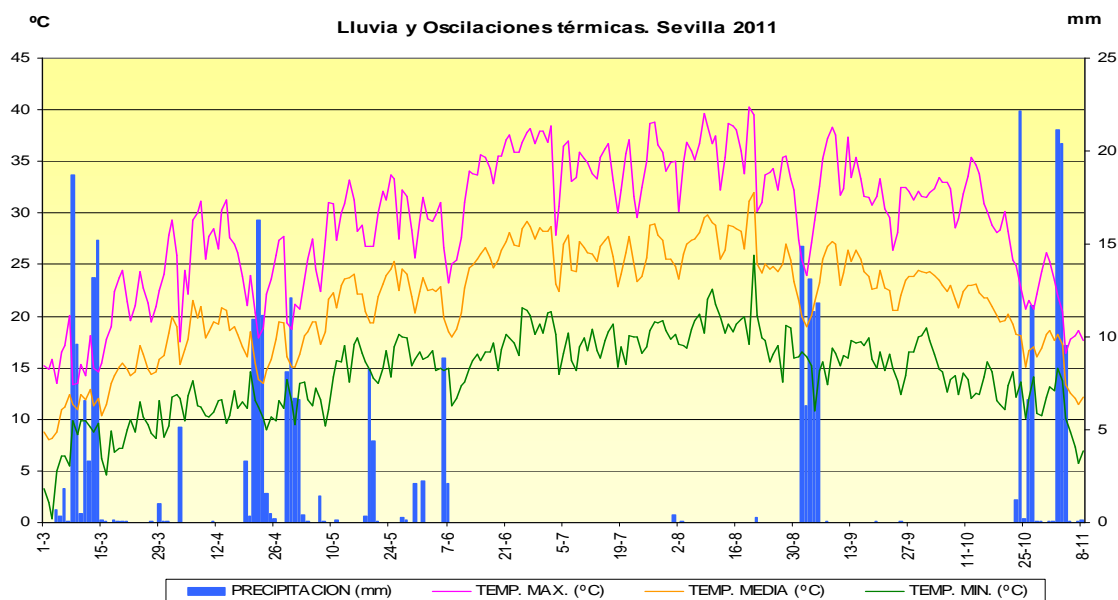
En general, la climatología a lo largo del periodo vegetativo fue benigna. Las condiciones climáticas primaverales favorecieron la floración, pero no tanto el cuajado del fruto. Sin embargo, la humedad, excesiva en algunos sitios, produjo algunos problemas puntuales de mosca. También fueron significativas las granizadas registradas en mayo y principios de septiembre en algunas zonas, que provocaron daños puntuales en torno al 15% de la producción.

Aunque hubo lluvia a principios de septiembre, la posterior falta de humedad, junto con las anormalmente altas temperaturas registradas a lo largo de septiembre y octubre, aceleraron la maduración y coloración de las aceitunas, aumentó el rendimiento graso e incluso produjo el arrugamiento de la superficie de la aceituna de secano. Todo esto determinó el destino hacia almazara en muchas zonas de *Hojiblanca*, abreviándose su campaña de recolección. Las lluvias al final de octubre apenas tuvieron incidencia en la campaña prácticamente concluida.

¹ Teniendo en cuenta las tres principales variedades de aceituna: manzanilla, gordal y hojiblanca.

En general, los frutos recolectados han tenido un buen diámetro y buena calidad ya que no se produjo ninguna incidencia fitosanitaria a lo largo de la campaña de recolección que pudiera mermarla.

Gráfico 1 Lluvias y oscilaciones de temperaturas en la zona productora de aceituna de mesa de Sevilla.



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

PRODUCCIÓN Y CALIDAD

Andalucía es la principal productora mundial de aceituna de mesa. En la campaña pasada (2010/11) el 79% de la aceituna procesada en España fue andaluza, y Sevilla aportó el 72% de la aceituna entamada en Andalucía (lo que representa el 57% de la producción nacional de aceituna destinada al aderezo en esa campaña).

Según datos a 31 de octubre de 2011 de la AAO, en la campaña actual, Andalucía ha destinado a aderezo el 80% de las 506.894 toneladas producidas en España. El 70% de la aceituna andaluza tuvo su origen en Sevilla, por lo que el 56% de la producción nacional de aceituna destinada al aderezo es sevillana.

Los datos de producción de los aforos del MARM se han visto confirmados con los datos aportados por las empresas y los datos de la AAO permite cuantificarlos con un descenso de la producción de las tres principales variedades de un 5% respecto a la media de los últimos cinco años, aunque respecto a la producción de la campaña 2010/11 (que fue una campaña record principalmente por la producción registrada de *Manzanilla*), se ha producido un descenso del 18%.

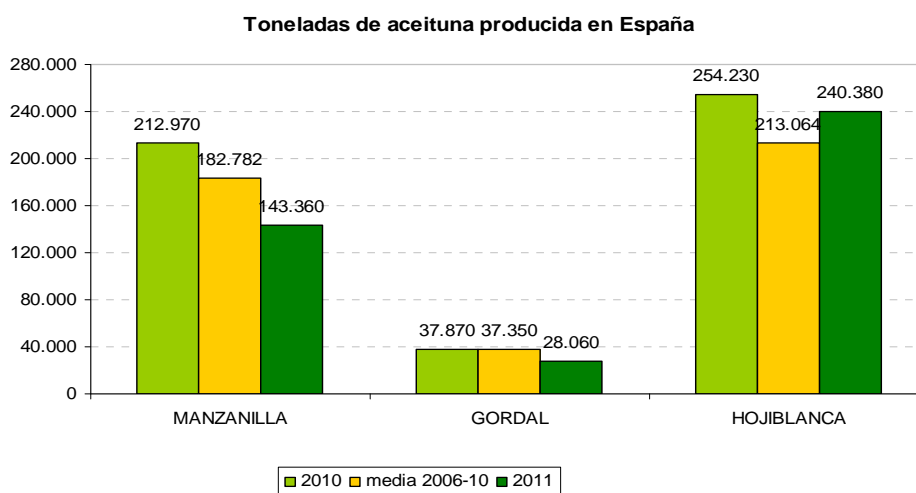
Gorda ha registrado la menor cosecha recogida de los últimos seis años, con un descenso de producción del 25% (un 26% respecto a la campaña pasada). *Manzanilla* ha tenido una cosecha un 22% por debajo de la media de los últimos años, aunque el descenso respecto a la

campana pasada es del 33%. Se pone así de manifiesto la vecería, típica del olivar, que ha experimentado esta variedad.

El descenso de las producciones de *Manzanilla* y *Gordal* permitirá equilibrar, a la hora de la comercialización, las producciones excedentarias de la campana pasada. De hecho se han detectado carencias en algunos calibres de *Gordal* y, en determinadas zonas de *Manzanilla*, la baja demanda de las industrias y los bajos precios condujo al abandono de cosecha.

La estimación de la producción de *Hojiblanca* destinada a verdeo es la que más ha ido variando a lo largo de la campana en función de las condiciones climáticas. Finalmente el destino a molino de la producción agostada por las altas temperaturas de las zonas de secano ha provocado un descenso de producción del 5%, no tan acusado como se estimaba a mitad de la campana. De hecho, ha habido un incremento de producción del 13% si se compara con la media de las cinco campanas precedentes.

Gráfico 2 Producción de aceitunas en España según variedades.



Fuente: Elaboración propia con datos de la AAO consultados el 30/nov/2011.

En cuanto a la calidad, las industrias transformadoras han trabajado con una aceituna de buena calidad y buenos calibres, ya que la aceituna agostada no se ha destinado al proceso de entamado. En general, hay un mayor porcentaje de calibres medios y gordos que en la campana pasada.

PRECIOS PERCIBIDOS POR EL AGRICULTOR

Los precios, tal y como se esperaba, han mantenido a lo largo de la campana niveles inferiores a los costes de producción.

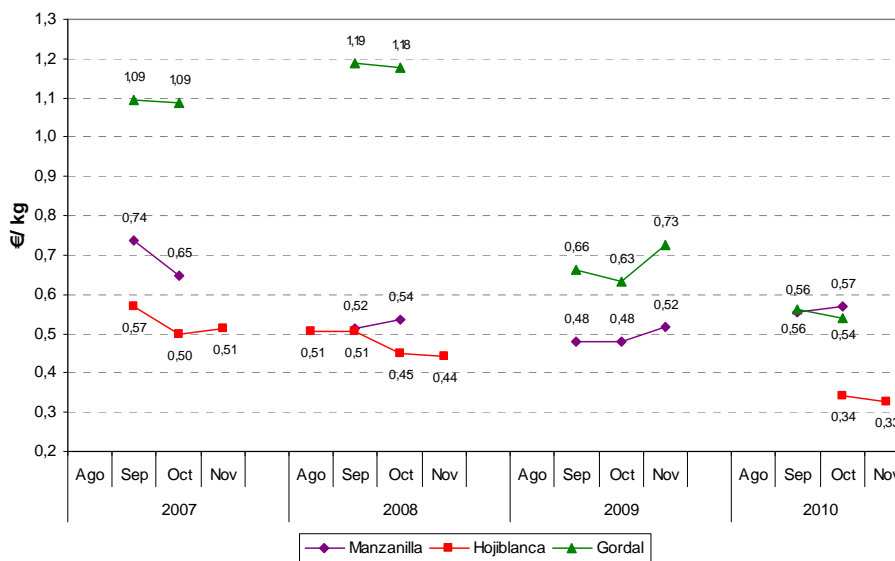
Gordal, a pesar de ser la variedad con menos existencias en almacén y que la escasez de determinados calibres podría haber animado el mercado, ha mantenido unos precios similares a los de la campana pasada, alrededor de 0,60 €/kg, con un intervalo entre 0,54 y 0,66 €/kg.

Manzanilla ha cotizado en todo momento por debajo de la campana pasada, principalmente debido a las existencias almacenadas de la campana anterior, aunque tras el descenso de la producción estimada debido al agostamiento del fruto y al abandono de parte de la cosecha, se

produjo un ligero repunte en las operaciones de los últimos días. Así, el precio medio estimado en las consultas realizadas es de 0,54 €/kg, con un intervalo entre 0,40 y 0,72 €/kg.

La cotización de *Hojiblanca* se inició, igualmente, con precios similares a los de la campaña anterior, y ha tenido diferencias según la producción finalmente recolectada en cada zona, con precios algo más altos cuando la producción no ha cubierto las expectativas. En concreto, se han contabilizado operaciones desde 0,30 a 0,54 €/kg, siendo su precio medio 0,39 €/kg.

Gráfico 3 Precios mensuales en Andalucía para la aceituna de mesa, por variedades. Campañas 2007-2010. De 2011 no hay datos oficiales publicados



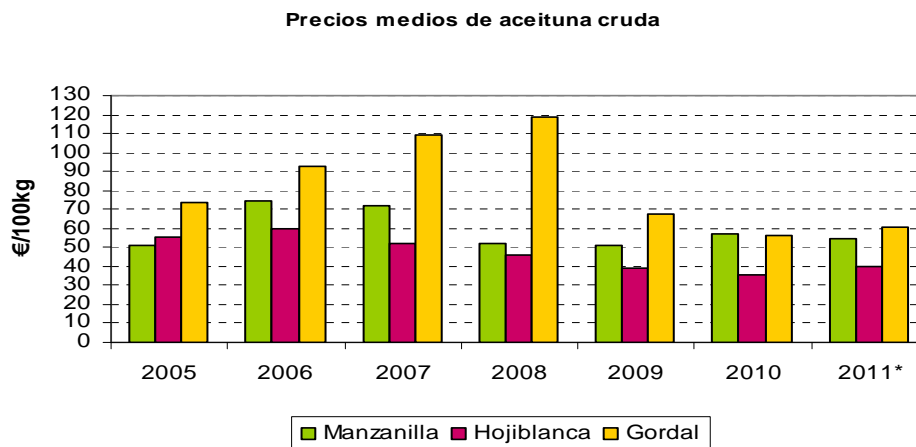
Fuente: MARM (2007 y 2008) y Consejería de Agricultura y Pesca (2009, 2010).

Los bajos precios y las incidencias climáticas y situación del fruto comentadas han movido a muchos agricultores a no verdear y dedicar a molino su producción. Industriales e intermediarios de algunas zonas han llegado a no cubrir las expectativas diarias de recepción de producto, especialmente de la variedad *Hojiblanca* y algo de *Manzanilla*. En las cooperativas esta situación no suele producirse, ya que normalmente se completan los cupos de entrada asignados a cada productor y es la entidad la que determina el destino de la aceituna.

Por otro lado, las cooperativas suelen presentar una mora en el pago de la cosecha de hasta 18 meses (aunque con cobros a cuenta para cubrir los gastos de producción y recolección), que suele compensarse con la incorporación del valor añadido de la comercialización del producto final, sobre todo en aquellas asociadas a entidades cooperativas de 2º grado con mayor capacidad de comercialización.

En general las empresas colaboradoras han manifestado una preocupación latente de que la situación se haga insostenible para los agricultores y se abandonen aquellos olivares menos rentables, pero que suelen coincidir con los de las zonas con más tradición y que mayor riqueza socioeconómica generan, ya que implican un elevado número de jornales para la recolección manual (más primorosa con el fruto), que sin embargo no se está recompensando en el precio.

Gráfico 4 Comparación del precio medio dado por las informantes (2011*) y los precios anuales percibidos por el agricultor en Andalucía.



Fuente: MARM (2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010: "Precios anuales percibidos por los agricultores. Comunidades Autónomas y provincias". (2011*) = precio medio suministrado por las empresas consultadas.

COMERCIALIZACIÓN

Con el cierre de la campaña 2010/2011 se evidencia la tendencia al descenso del consumo en el mercado interno, que ha caído un 8,2%, y destaca el estancamiento de la exportación respecto a la campaña anterior, que no ha seguido la tendencia alcista de los últimos años.

En esta campaña se espera que, gracias a la creciente demanda de producto por parte de EE.UU. y la menor cosecha de los países competidores, se logre relanzar la exportación, apoyándose en la calidad de los productos andaluces y en la profesionalidad de los operadores.

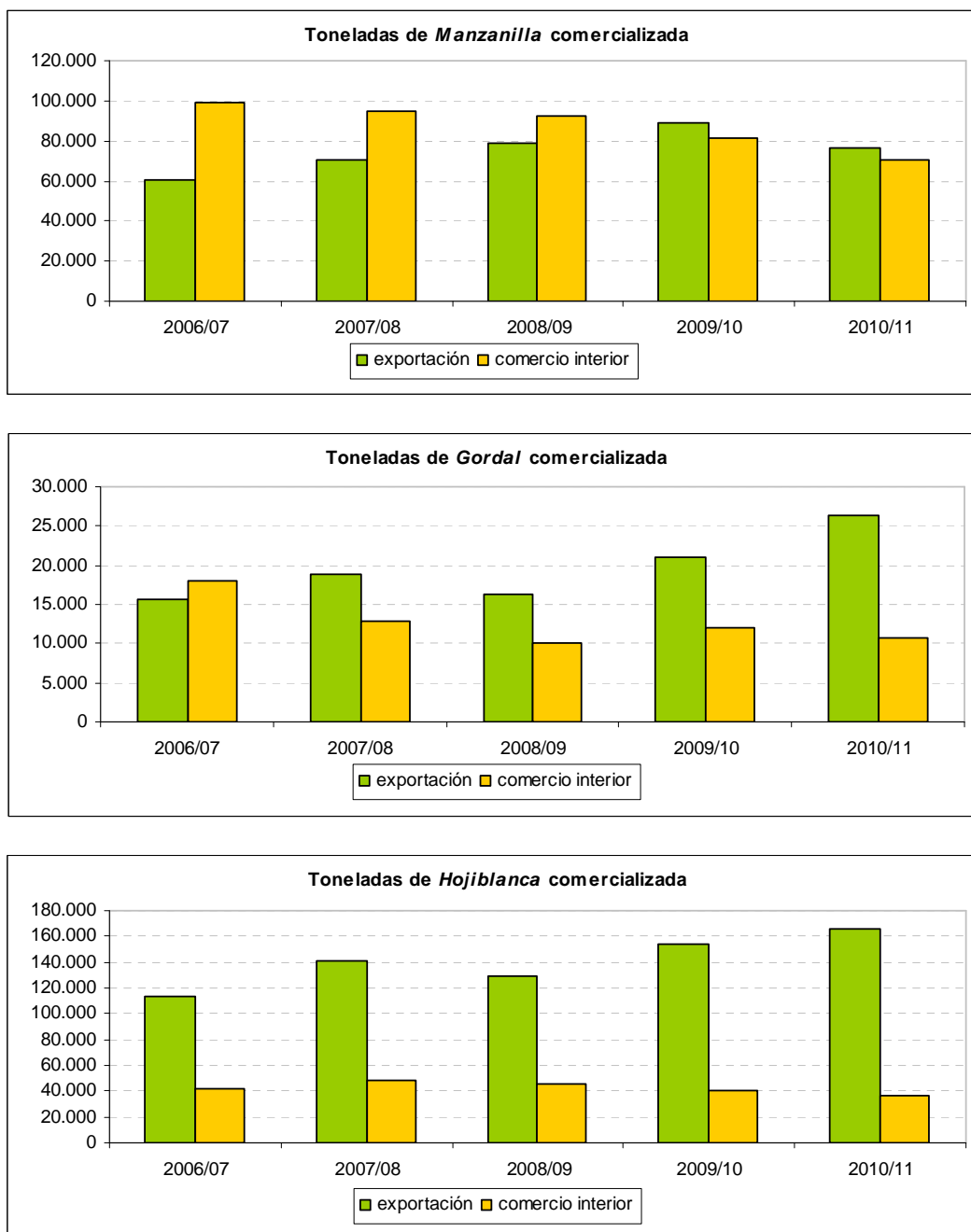
Las existencias con fecha 31 de agosto son claramente superiores a los del cierre de la campaña anterior, excepto en *Gordal*, marcando, este hecho en general los precios pagados al agricultor en la presente campaña.

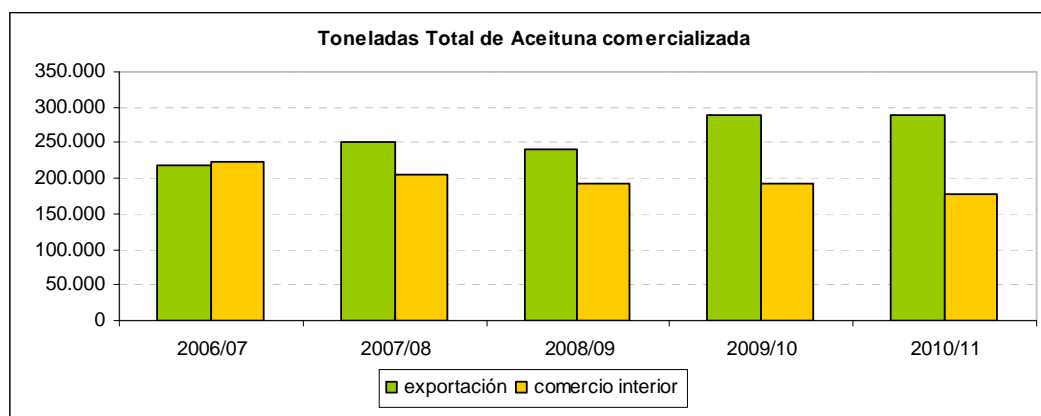
Tabla 1 Existencias finales de aceituna entera y escurrida

(miles de toneladas)	31/08/2010	31/08/2011	variación
MANZANILLA	93,5	143,5	53%
GORDAL	38,8	33,65	-13%
HOJIBLANCA	100,43	134,61	34%
OTRAS	46,29	54,95	19%
TOTAL	279,03	366,71	31%

Fuente: Elaboración propia con datos de AAO.

Gráfico 5 Comercialización de Aceitunas de Mesa por campaña.





Fuente: Elaboración propia con datos de AAO. Campaña 2010/11 (31ago2011).

VALORACIÓN FINAL DE CAMPAÑA

En líneas generales, se ha confirmado la buena **calidad** de la aceituna y el descenso de la **producción** respecto a la campaña precedente y (en mayor o menor medida) a las expectativas iniciales.

La incidencia de las altas temperaturas durante la recolección ha determinado el destino final de la aceituna, lo que ha incrementado la calidad global de la aceituna recepcionada.

Las elevadas existencias de aceituna de la campaña anterior han determinado los bajos **precios** pagados al productor, lo que ha creado una latente preocupación de que a corto plazo se haga insostenible el mantenimiento de los olivares tradicionales que mayor nº de jornales generan y tienen un manejo costoso, pero con un producto de calidad incuestionada.

El descenso del consumo interno está afectando en mayor medida a las pequeñas empresas, ya que las grandes empresas tienen una neta vinculación exportadora.

En estos momentos todavía hay dudas sobre cómo se desarrollará la **comercialización** de la aceituna recogida. La problemática socioeconómica ensombrece las buenas perspectivas exportadoras ante las bajas cosechas de países competidores, y se manifiesta en el descenso del consumo interno. Sin embargo se ha puesto de manifiesto, con la apertura de nuevos mercados, la creciente consideración de la dieta mediterránea en todo el mundo, donde las aceitunas de mesa juegan un papel esencial.

BOLETÍN DE PRENSA

El sector industrial ha manifestado en prensa su preocupación por la bajada de las ventas causada por la crisis generalizada, siendo especialmente preocupante el descenso del consumo nacional, al que se dedica el 38% de la producción, y el estancamiento de las exportaciones, que pueden volver a provocar excedentes. La campaña se inició con excedentes desmesurados que no se espera paliar en esta campaña a pesar de las perspectivas de negocio en la exportación.

El sector productor se encuentra muy preocupado por los bajos precios percibidos. La campaña, según ASAJA, ha acabado con los precios más bajos de los últimos 17 años y al nivel de hace 30 años, lo que no permite cubrir los costes de producción (que sí que se han incrementado en los últimos años). Esto está provocando una situación de pérdidas

continuadas a los productores y dando lugar a que en muchas zonas, donde este cultivo resulta esencial para el mantenimiento socioeconómico, se esté abandonando el olivar, con la consiguiente pérdida de riqueza y empleo. En los últimos 10 años, 6.500 olivareros de verdeo han abandonado esta actividad.

El descenso de precios ofertado por industrias e intermediarios no siempre se encuentra correlacionado con las existencias almacenadas ni con la calidad. La carencia de calibres de *Gordal* no ha provocado el ascenso de precios al productor. Tampoco el esfuerzo para la modernización de las explotaciones, que se fomenta para abaratar los costes (recolección mecanizada), tiene una respuesta adecuada en las industrias, que prefieren la compra de producto recolectado manualmente (se evitan golpeteos), pero que sin embargo lo pagan a precio de recolección mecanizada.

Además, según las organizaciones de productores, existen unas buenas perspectivas de exportación debido al descenso de la cotización del euro y al descenso de producción (hasta el 80%) de los suministradores del mercado de EEUU. En esa coyuntura, es de prever que la aceituna entamada obtenga en esta campaña muy buenos precios, cuyo beneficio apenas llegará al primer eslabón de la cadena, el agricultor, ya que se le ha pagado una materia prima de calidad rozando los costes de producción.

Ante este desequilibrio de la cadena de valor, ASAJA solicita la reducción de los índices de rendimiento neto en el IRPF para la aceituna de mesa para la campaña de 2011, la moratoria y exención del pago de las cotizaciones a la Seguridad Social y a estudiar en Bruselas la puesta en marcha de un mecanismo de almacenamiento privado para la aceituna de mesa similar al que ya tiene el aceite de oliva.