



Unión Europea

Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural



JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y DESARROLLO RURAL

Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

# Informe final de seguimiento del sector de la aceituna de verdeo. Campaña 2013/14



(29/01/2014)

## Índice de contenido

CALENDARIO DE LA CAMPAÑA.....	1
INCIDENCIAS EN LA PRODUCCIÓN Y COSECHA.....	1
PRODUCCIÓN Y CALIDAD.....	2
PRECIOS PERCIBIDOS POR EL AGRICULTOR.....	4
COMERCIALIZACIÓN.....	5
VALORACIÓN FINAL DE LA CAMPAÑA.....	8

Para la realización del informe final de seguimiento de la campaña de verdeo 2013/14 en Andalucía, se ha consultado a 15 empresas entamadoras situadas en Sevilla, Córdoba y Málaga, con una entrada de aceituna de 80 millones de kilos, lo que representa en torno al 20% de las entradas de aceituna contabilizadas en Andalucía por la Agencia del Aceite de Oliva (AAO) a 30 de noviembre de 2013. Además se ha contrastado la información obtenida con la facilitada por Interaceituna, la AAO y ASAJA.

## CALENDARIO DE LA CAMPAÑA

La campaña de verdeo 2013 ha sido una campaña corta, tanto en producción como en duración. Se ha desarrollado, dependiendo de las zonas y variedades, desde el 1 de septiembre al 15 de noviembre, con una duración media de 48 días.

La aceituna ha presentado un retraso medio de 10-12 días en su maduración, lo que retrasó el inicio de la recolección. Por otro lado, la escasez de producción en la zona de Aljarafe, Los Alcores y Utrera, así como la ausencia de lluvias significativas durante la recolección ha favorecido que ésta se haya desarrollado rápidamente. En algunas zonas se ha adelantado el cierre de la campaña en torno a una semana, mientras que otras han llegado a término al incrementarse la proporción de *Hojiblanca* destinada a verdeo.

## INCIDENCIAS EN LA PRODUCCIÓN Y COSECHA

Las incidencias climatológicas a lo largo de la primavera y verano fueron muy distintas a las vividas el año anterior y marcaron significativamente la producción y calidad de la campaña, teniendo una desigual incidencia según las variedades.

Las lluvias a lo largo de la primavera permitieron cierta recuperación vegetativa del olivar, que se encontraba muy castigado y con escasos brotes donde fructificar debido a la sequía del pasado año. Además, las oscilaciones térmicas de primavera interfirieron en la floración y afectaron al cuajado de algunas variedades (*Morona*, *Gordal* y *Manzanilla* principalmente). Las suaves temperaturas del verano ralentizaron la maduración del fruto y las escasas lluvias



Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

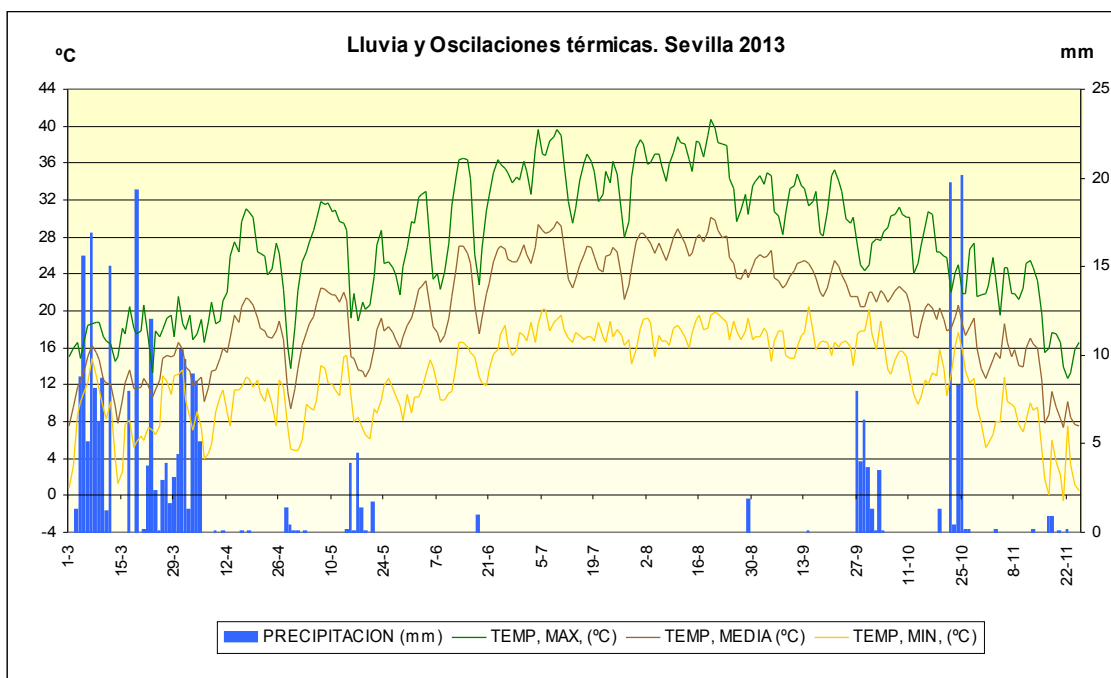
durante la campaña de recolección junto a temperaturas cálidas, favorecieron el agostado de algunas variedades, principalmente la *Hojiblanca*.

En general el ritmo de cosecha ha sido rápido, especialmente en las zonas de Aljarafe y Los Alcores donde se ha sumado la escasa producción. En las zonas donde Hojiblanca inició el agostamiento, se aceleró la recolección de esta variedad, pero hubo lugares donde se ha prolongado algo más, buscando el diferencial de precio pagado al verdeo respecto al molino.

Algunos episodios de pedrisco afectaron localmente algunas zonas, de igual forma que hubo alguna incidencia localizada de mosca y tuberculosis, pero en general las aceitunas que se han cosechado no han sufrido incidencias sanitarias que hayan repercutido en la calidad del fruto.

Analizando las lluvias y oscilaciones térmicas de las zonas productoras de Sevilla durante 2013, se constata que la media de las temperaturas máximas registradas en mayo fueron 4°C inferiores a las del 2012, siendo reseñable la oscilación de hasta 10 grados en 2 días, sufrida a mediados de mes que afectó a la floración de la variedades más tempranas. A lo largo del verano las temperaturas también fueron significativamente más frescas que el año anterior, sin embargo, en septiembre, octubre y noviembre las temperaturas estuvieron por encima de las marcadas en 2012. La precipitación acumulada de marzo a septiembre (210 mm) fue un 42% superior al año 2012, aunque sin llegar a los 293 mm registrados en 2011, sin embargo a partir de septiembre las precipitaciones apenas sumaron 80 mm, un 67% inferior a 2012.

**Gráfico 1** 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).

## PRODUCCIÓN Y CALIDAD

Andalucía, con el 17% de la producción mundial, es la principal productora de aceituna de mesa. En la campaña 2012/13 el 83% de la aceituna procesada en España fue andaluza, y



Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

Sevilla comercializó el 78% de la aceituna entamada en Andalucía (lo que representa el 59% de la aceituna destinada al aderezo en España en esa campaña).

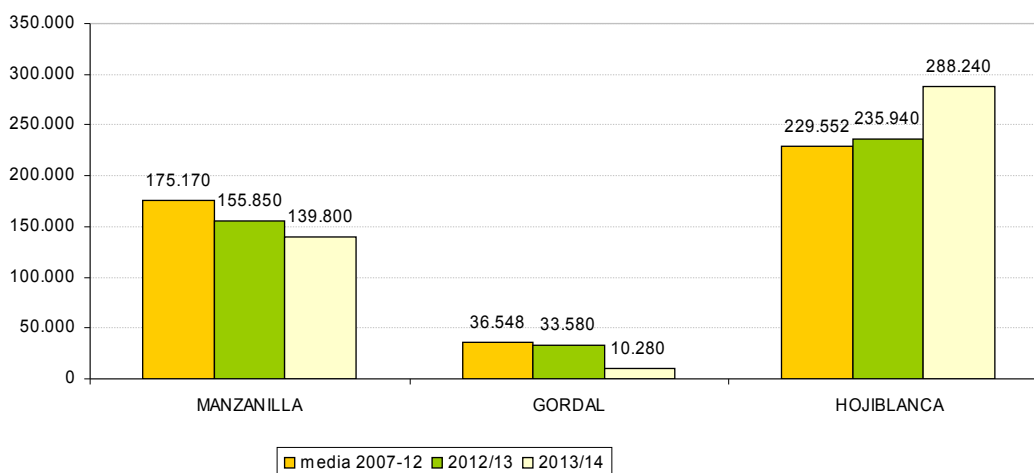
Según datos de la AAO a 30 de noviembre de 2013, en la campaña actual, Andalucía ha destinado a aderezo 427.679 toneladas, (un 5,87% más que la campaña pasada), lo que representa el 77% de las 552.437 toneladas verdeadas en España. El 70% de la aceituna andaluza ha tenido su origen en Sevilla, por lo que el 54% de la producción nacional de aceituna destinada al aderezo es sevillana.

Con estos datos finales, la cosecha en España de las principales variedades (*Manzanilla*, *Gordal* y *Hojiblanca*) en 2013 ha sumado 438.320 toneladas. Ésto representa un incremento del 3% respecto de la cosecha de 2012 (425.370 toneladas) y un descenso de apenas el 0,7% respecto al valor medio de las últimas seis campañas (441.270 toneladas).

En el caso de la *Manzanilla*, que como *Gordal*, se vio afectada por los bruscos cambios de temperatura en plena floración, ha tenido un descenso de producción del 19% respecto a la cosecha del pasado año, pero eso representa un descenso del 28% respecto al promedio de las seis últimas campañas. La cosecha de *Gordal* es la que ha sufrido un descenso más acusado, siendo un 70% inferior a la del pasado año, y un 72% inferior a la producción de los seis últimas campañas. Sin embargo *Hojiblanca*, a pesar del inicio de agostamiento, ha evolucionado de forma positiva ocupando parte del nicho de la *Manzanilla*. En concreto este año se ha cosechado un 17% más que el pasado año, lo que representa un incremento del 20% respecto al promedio de las campañas 2007-12.

**Gráfico 2** Producción de aceitunas en España según variedades.

**Toneladas de aceituna verdeada en España**



**Fuente:** Elaboración propia con datos de la AAO (30-NOV-2013).

En general, la calidad del fruto recolectado ha sido considerada por todos los agentes entrevistados como muy buena o buena. Esto viene motivado tanto por las escasas incidencias sanitarias y climáticas (ya se ha comentado que las pocas que se han producido han sido muy localizadas), como por la preselección realizada en árbol, maximizando la rentabilidad del coste



Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

de recolección en un producto con óptimas condiciones de calidad y tamaño. A pesar de ello, la escasa producción de *Gordal* y *Manzanilla* también se ha visto reflejada con un mayor porcentaje de calibres medianos, en detrimento de los calibres grandes.

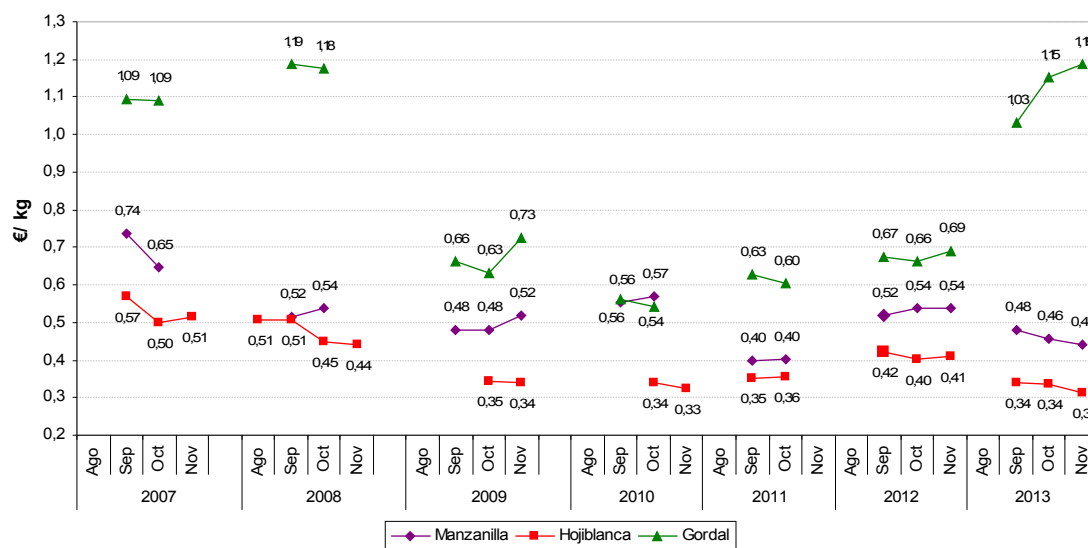
## PRECIOS PERCIBIDOS POR EL AGRICULTOR

La baja producción de *Gordal* hizo que los precios pagados estuvieran por encima de los alcanzados en las cuatro últimas campañas y en rango similar a lo percibido en 2007 y 2008, con valores máximos de 1,2 €/kg. Aún así, no se han cubierto los costes de producción, debido al escaso volumen cosechado.

*Hojiblanca* ha marcado precios entre 0,30 y 0,37 €/kg en función del sistema de recolección (la recolección mecanizada se abona a menor precio que la manual). A lo largo de la campaña, los precios han ido descendiendo, conforme se consolidaba el incremento de cosecha que se dedicada a verdeo dados los bajos precios que presentaba la aceituna para almazaras y la previsión del aforo.

*Manzanilla* ha tenido este año un comportamiento muy singular. Debido a las existencias de aceituna entamada, desde principios de campaña se han marcado precios en los puestos de compra por debajo de los de campañas anteriores (0,48 €/kg), aunque la escasa producción auguraban un comportamiento similar al de *Gordal*. En estas condiciones algunos productores, al no compensarles, optaron por no recolectar, lo que motivó una ligera pero breve subida de cotización que alcanzó los 0,51 €/kg. La entrada de aceituna *Carrasqueña* a 0,45-0,42 €/kg al mercado sevillano precipitó el descenso de la cotización de *Manzanilla* hasta los 0,42 €/kg.

**Gráfico 3** Precios mensuales en Andalucía para la aceituna de mesa, por variedades. Campañas 2007-2013.



**Fuente:** MARM (2007 y 2008); Consejería de Agricultura y Pesca (2009, 2010); OPM (2011-2013). 2013 Datos no consolidados.

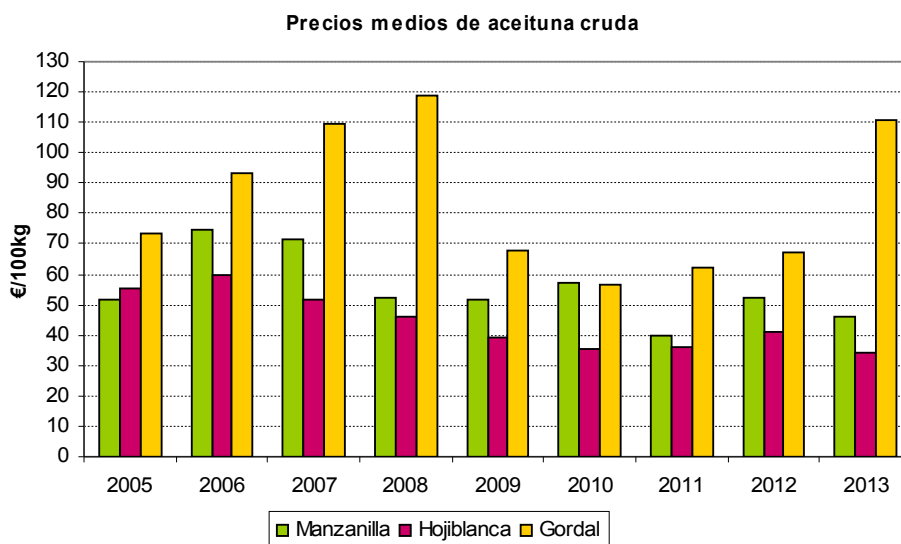
La serie de precios medios anuales pone de manifiesto un descenso en torno al 17% de *Hojiblanca* respecto a la campaña pasada, sumándose un descenso del 25% respecto al promedio 2005-2012. En *Manzanilla*, el descenso promedio es del 18%, llamando la atención el



Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

descenso del 12% respecto a la campaña pasada a pesar de que los tres últimos años la producción está muy alejada de las producciones récord del 2008 y 2010. Gordal es la única que presenta un saldo positivo en sus cotizaciones tanto al comparar esta campaña con la anterior (incremento del 66%) como con la media de los últimos 8 años (incremento del 37%).

**Gráfico 4** Comparación del precio medio dado por los informantes (2013) y los precios anuales percibidos por el agricultor.



**Fuente:** Elaboración propia a partir de: MARM “Precios anuales percibidos por los agricultores”: (2005, 2006, 2007, 2008, 2009 y 2010); OPM: (2011-2013). 2013 Datos no consolidados.

## COMERCIALIZACIÓN

Con el cierre de la campaña 2012/13, se pone de manifiesto un muy ligero ascenso (1%) del consumo interior que parece romper la tendencia decreciente de los últimos años. Las exportaciones marcan un crecimiento más claro, en torno al 3%, apoyado principalmente por el incremento de la exportación de aceituna *Hojiblanca*, cuyo volumen supone el 60% de las exportaciones, duplicando las exportaciones de *Manzanilla* y *Gordal*.

En el ámbito nacional, las exportaciones han ido incrementando su importancia en los últimos años. Así, mientras en 2007 representaban el 55% de la aceituna comercializada, en 2012 el 63% de la aceituna de mesa se ha destinado a la exportación.

España exporta a 154 países, copando los 10 primeros el 73% del volumen y del valor exportado. Estados Unidos, Rusia e Italia siguen siendo los principales destinos de la producción nacional de aceituna de mesa, acogiendo entre las tres casi el 39% de la producción y el 43% del valor exportado. Cabe reseñar que en la última campaña se ha incrementado en un 50% el volumen exportado a Polonia, aunque el valor de lo exportado sólo se ha incrementado un 36%.

Andalucía exporta a 141 países, sumando los 10 primeros el 74% del volumen exportado, y el 75% del valor comercializado. Los principales países destino de la producción andaluza son Estados Unidos, Italia y Alemania, acogiendo entre los tres casi el 42% del volumen exportado y el 46% del valor. Rusia ha incrementado un 25% el volumen de lo importado desde Andalucía



Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

respecto a la campaña anterior, pero tan sólo ha incrementado su valor un 14%, mientras Brasil ha incrementado su valor un 37% con un incremento del volumen importado del 15%.

**Tabla 1** Principales destinos de la aceituna de mesa, según el volumen exportado.

España	campaña 2011/12	campaña 2012/13	Andalucía	campaña 2011/12	campaña 2012/13
Estados Unidos	17,1%	17,7%	Estados Unidos	22,2%	22,4%
Rusia	10,7%	11,2%	Italia	12,3%	11,3%
Italia	10,8%	10,0%	Alemania	8,5%	8,0%
Alemania	8,0%	7,8%	Francia	6,3%	6,8%
Francia	6,4%	7,2%	Reino Unido	5,8%	6,5%
Reino Unido	4,8%	5,2%	Arabia Saudí	5,0%	4,9%
Arabia Saudí	4,0%	4,1%	Rusia	3,3%	4,0%
Portugal	3,8%	4,1%	Portugal	3,5%	3,8%
Canadá	2,8%	2,9%	Canadá	2,8%	2,9%
Polonia	2,0%	2,9%	Brasil	2,6%	3,0%
<b>Total Top 10</b>	<b>70%</b>	<b>73%</b>	<b>Total Top 10</b>	<b>72%</b>	<b>74%</b>
<b>Exportación total (toneladas)</b>	<b>402.530</b>	<b>409.365</b>	<b>Exportación total (toneladas)</b>	<b>292.005</b>	<b>296.390</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de Datacomex (02/12/2013)

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

España	campaña 2011/12	campaña 2012/13	Andalucía	campaña 2011/12	campaña 2012/13
Estados Unidos	24,6%	24,2%	Estados Unidos	31,4%	30,2%
Rusia	9,9%	10,0%	Italia	10,0%	9,4%
Italia	9,2%	9,0%	Alemania	6,5%	6,4%
Alemania	6,8%	6,8%	Reino Unido	5,2%	5,8%
Francia	6,2%	6,4%	Arabia Saudí	5,3%	5,7%
Reino Unido	4,8%	5,0%	Rusia	4,8%	5,4%
Arabia Saudí	4,4%	4,7%	Francia	4,3%	4,6%
Canadá	2,5%	2,6%	Canadá	2,7%	2,8%
Polonia	2,2%	2,5%	Brasil	1,8%	2,4%
México	1,9%	1,7%	Polonia	1,6%	1,8%
<b>Total top 10</b>	<b>73%</b>	<b>73%</b>	<b>Total top 10</b>	<b>74%</b>	<b>75%</b>
<b>Exportación total (miles de euros)</b>	<b>606.803</b>	<b>614.566</b>	<b>Exportación total (miles de euros)</b>	<b>465.399</b>	<b>471.043</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de Datacomex (02/12/2013)

El incremento del producto comercializado en la campaña 2012/13 se corresponde con el descenso de las existencias finales, que se encuentra un 7% por debajo de las existencias contabilizadas al cierre de la anterior campaña (2011/12).

**Tabla 3** Existencias finales de aceituna entera y escurrida.

Campaña (miles toneladas)	2011/12		2012/13	
	fecha cierre	31/08/2012	31/08/2013	variación
MANZANILLA		129,52	115,9	-11%
GORDAL		22,43	19,83	-12%
HOJIBLANCA		156,16	138,89	-11%
OTRAS		47,75	41,22	-14%
TOTAL		355,86	315,84	-11%

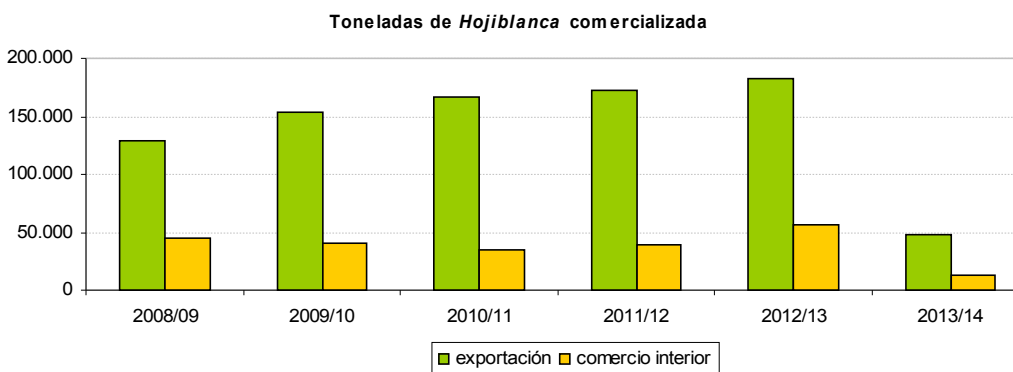
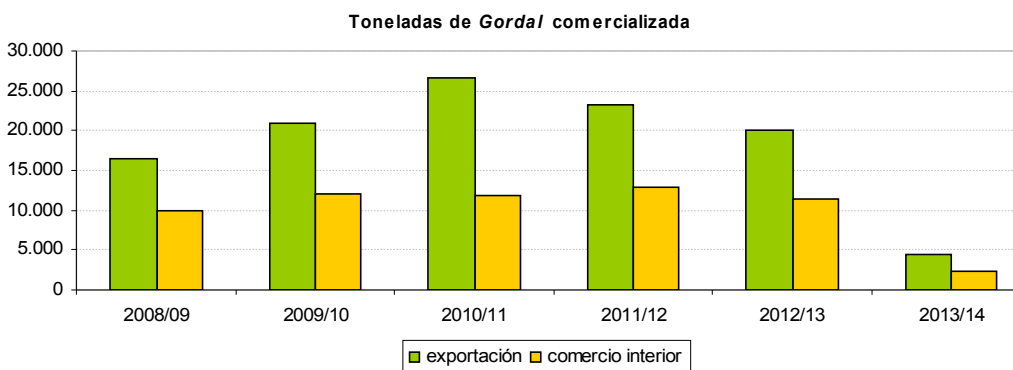
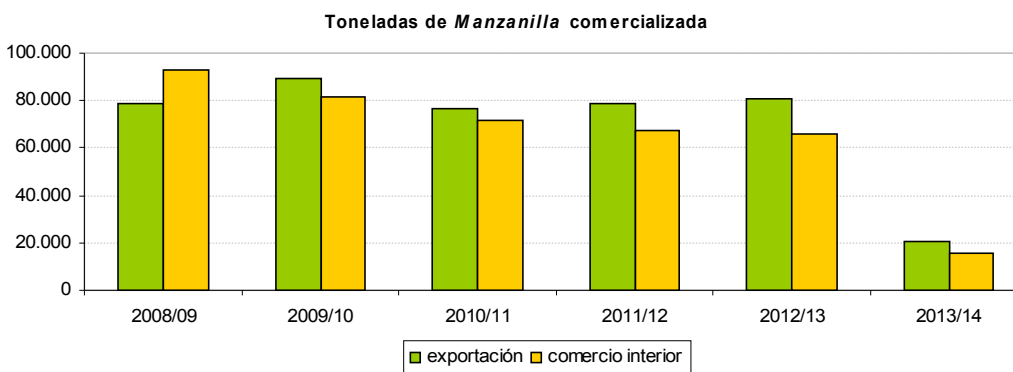
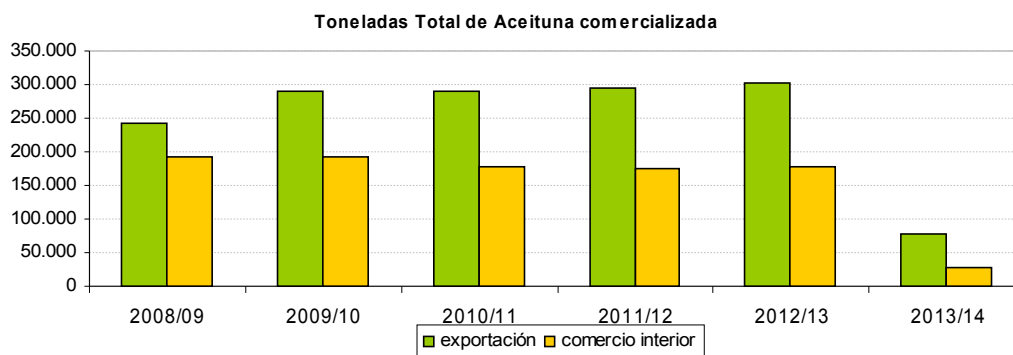
Fuente: Elaboración propia con datos de AAO.

La comercialización de las primeras semanas de campaña marcan un ligero descenso tanto de las exportaciones como del consumo interno respecto al mismo periodo del año anterior, pero son datos aún poco relevantes para determinar la tendencia de la campaña.



Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

**Gráfico 5** Comercialización de Aceitunas de Mesa por campaña. \*2013/14 sólo tres primeros meses.



Fuente: Elaboración propia con datos de AAO (30/11/2013)



Unión Europea

Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural



Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

## VALORACIÓN FINAL DE LA CAMPAÑA

En la campaña 2013/14 Andalucía ha destinado al aderezo 427.679 toneladas de aceitunas, (un 5,87% más que la campaña pasada), lo que representa el 77% de las 552.437 toneladas verdeadas en España. El 70% de la aceituna andaluza ha tenido su origen en Sevilla, por lo que el 54% de la producción nacional de aceituna destinada al aderezo es sevillana.

Esta cifras significan que las expectativas marcadas en los primeros aforos se han cumplido en términos generales, con una cosecha de *Manzanilla* y *Gordal* inferior a la media, mientras que la producción de *Hojiblanca* ha superado la media de los últimos años.

Se ha recogido una aceituna sana y de calidad para obtener un producto óptimo aunque debido a las incidencias climáticas, ha habido una menor proporción de altos calibres, incrementándose la de los medianos.

Los precios de la variedad *Gordal* han estado por encima de los alcanzados en las cuatro últimas campañas a causa de la escasa producción, mientras que los precios de la *Manzanilla* han tenido este año un comportamiento diferente, pues si bien la escasa producción auguraba un comportamiento similar a los de la *Gordal*, los precios en los puestos de compra han estado por debajo de los de campañas anteriores (0,48 €/kg) condicionando la rentabilidad del cultivo sobre todo en las zonas tradicionales del Aljarafe sevillano. En cuanto a la otra variedad, la *Hojiblanca*, a pesar de pagarse por ella precios muy ajustados, su rentabilidad es mayor por tratarse en muchos casos de plantaciones recolectadas con máquinas que abaratan sus costes.

Como consecuencia de la coyuntura descrita para los precios, que, en líneas generales, se comienza a percibir como estructural, el sector se ha replanteado este año en los foros celebrados a lo largo de la campaña la necesidad de adaptar el cultivo a las últimas técnicas con objeto de incrementar la rentabilidad del mismo, además de tener como estrategias la oportunidad de innovarse y la mejora de la calidad.