

Verdeo 2017. Informe final de campaña.

20 de febrero de 2018

Índice de contenido:

NOTA METODOLÓGICA.....	1
ANTECEDENTES DE LA CAMPAÑA.....	1
PRODUCCIÓN Y CALIDAD.....	3
PRECIOS PERCIBIDOS POR EL AGRICULTOR.....	5
COMERCIALIZACIÓN.....	7
<i>La coyuntura de los aranceles de Estados Unidos.....</i>	<i>10</i>
CONCLUSIONES.....	12

NOTA METODOLÓGICA

En el informe final de campaña de verdeo se muestran los precios pagados al agricultor y la entrada de aceituna en 2017, junto a la evaluación de la producción final y comercialización de la campaña 2016/17 que se recogió en el verdeo anterior.

Para ello se ha contactado con empresas entamadoras representativas de cada una de las zonas productoras de la provincia de Sevilla y Córdoba¹. La información obtenida se ha contrastado y completado con la facilitada por Interaceituna, la Agencia de Información y Control Alimentario (AICA) y el Consejo Oleícola Internacional (COI).

ANTECEDENTES DE LA CAMPAÑA

La climatología ha vuelto a ser el factor más determinante a la hora de caracterizar la campaña de verdeo 2017.

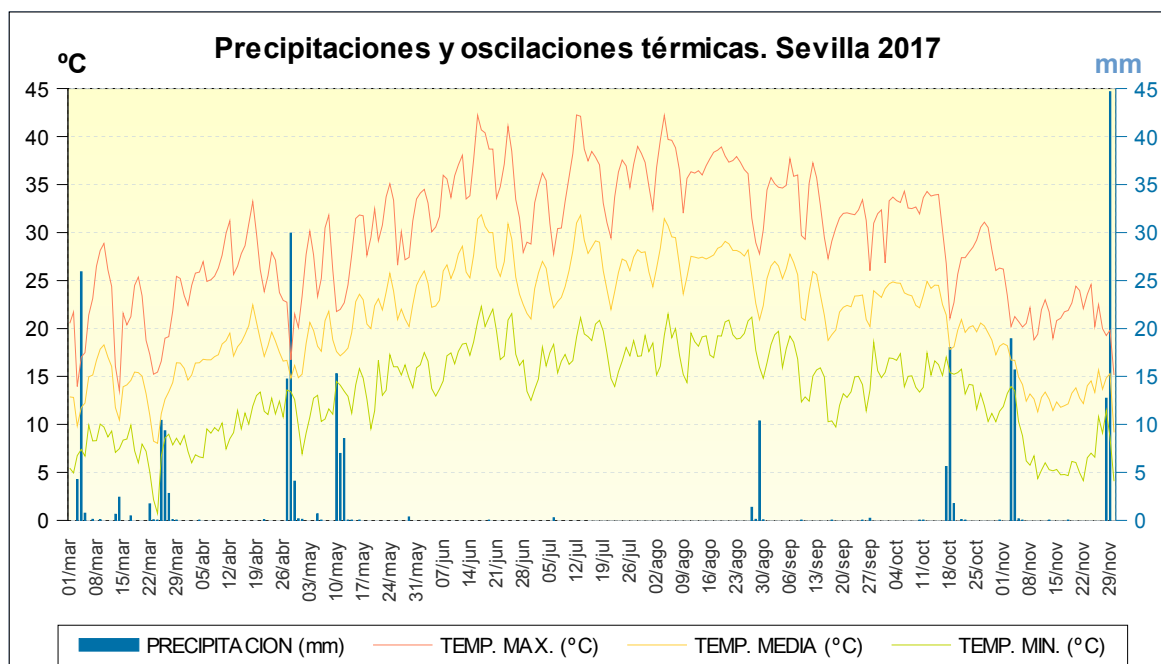
El otoño-invierno 2016-17 coincidente con el ciclo vegetativo fue ligeramente más húmedo que en el año anterior, principalmente debido a las precipitaciones registradas en el último trimestre de 2016. Pero se marcaron valores inferiores a los habituales, impidiéndose la recarga de los niveles hídricos del terreno y de los propios olivares tras varios años de déficit. La primavera 2017 se presentó algo más lluviosa, permitiendo una cierta recuperación de la arboleda; pero el verano y el otoño se caracterizaron por la escasez de precipitaciones y elevadas temperaturas mantenidas en el tiempo. Las olas de calor se fueron sucediendo a lo largo de los meses estivales con temperaturas superiores a los 35º semana tras semana, estresando al olivar y afectando al crecimiento de los frutos. A ello se sumó la marcada ausencia de humedad sufrida en septiembre y octubre para determinar los volúmenes finales verdeados y calidad de los frutos.

¹Las empresas contactadas representan, en su conjunto, el 15% de la producción de aceituna cruda andaluza.

Aunque en principio los árboles se mostraban con muchos frutos potencialmente verdeables que podrían augurar una muy buena cosecha, las expectativas fueron descendiendo conforme la falta de humedad y las elevadas temperaturas ponían impedimento al desarrollo de los frutos hacia las calidades requeridas por el consumidor.

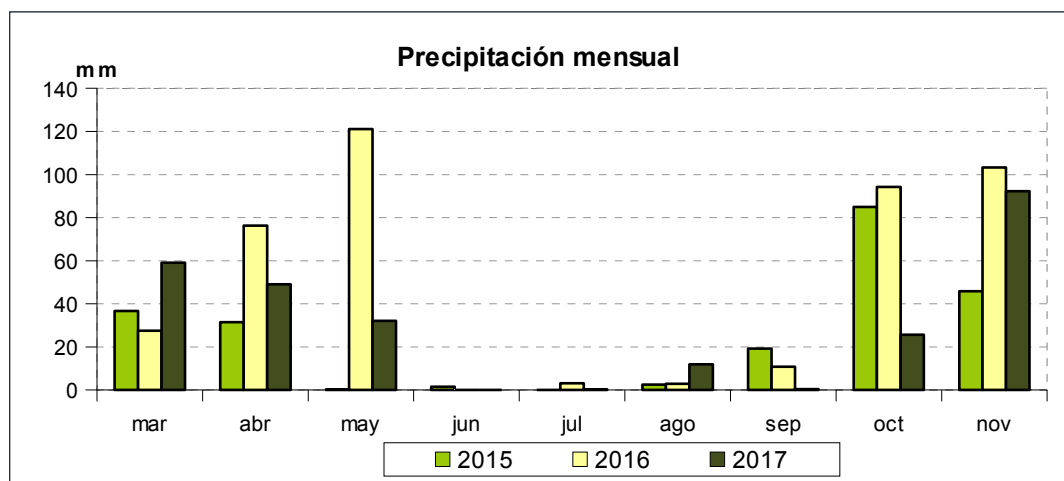
El verdeo se inició en las fechas habituales, desarrollándose de forma muy escalonada conforme se recolectaban las fincas y árboles que presentaban los mejores tamaños. En algunas zonas sólo se pudieron cosechar los olivares en regadío y una parte importante de la producción se quedó en el árbol por el agostamiento presentado por los frutos.

Gráfico 1 Precipitaciones y oscilaciones térmicas de marzo a noviembre en las zonas productoras de Sevilla.

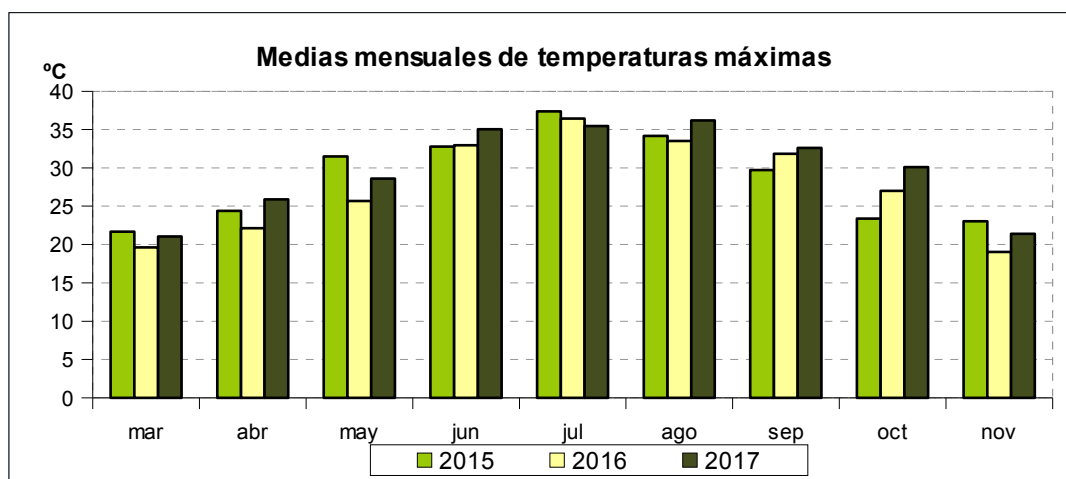


Fuente: Elaboración propia con datos de las Estaciones Agroclimáticas del IFAPA (Los Morales, La Puebla del Río, Osuna, La Rinconada y Sanlúcar la Mayor).

Gráfico 2 Precipitación mensual media de las zonas productoras en 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 Medias mensuales de temperaturas máximas en las zonas productoras 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

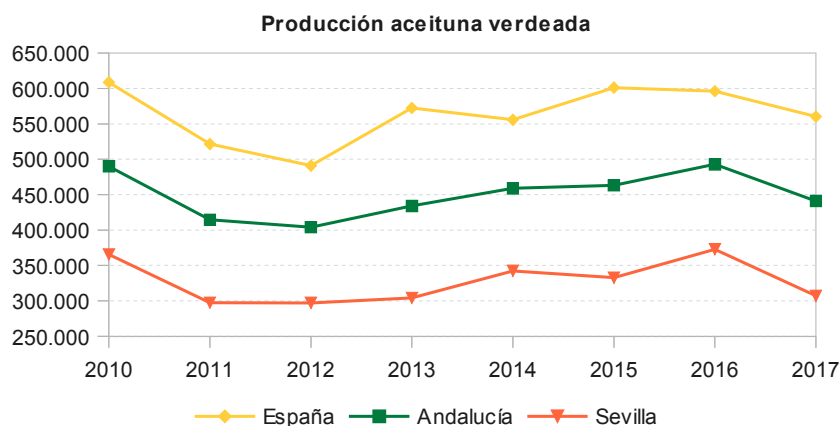
Según los datos andaluces de la AICA (Agencia de Información y Control Alimentarios) con fecha 31 de enero de 2018, el balance provisional de la campaña 2017/18 refleja un ligero incremento de la producción respecto a lo esperado en los aforos, debido a la recuperación de algunas fincas tras la lluvias de octubre, principalmente en zonas con variedades más tardías. Esto se hace patente al hacer la comparativa por provincias, ya que aquellas con mayor producción de Hojiblanca (Cádiz, Granada, Málaga, Córdoba) son las que han presentado una mayor variación positiva entre lo inicialmente aforado y la producción que finalmente ha entrado en las entamadoras, mientras que en Huelva (donde las variedades son más tempranas), se ha producido finalmente menos de lo esperado.

Tabla 1 Variación entre aforado y producido, por provincias.

toneladas	Aforo CAPDR	Datos AICA	% variación
	4oct2017	31ene2018	
Almería	760	689	-9%
Cádiz	40	52	31%
Córdoba	65.180	71.138	9%
Granada	60	69	15%
Huelva	4.270	3.302	-23%
Jaén	550	544	-1%
Málaga	55.300	58.853	6%
Sevilla	296.170	307.184	4%
TOTAL	422.330	441.830	4,6%

Fuente: Elaboración propia con datos AICA (31 enero 2018) y CAPDR.

A nivel **nacional**, con fecha 31 de enero la entrada de aceituna cruda neta de la campaña de verdeo 2017 ha sumado 561.560 toneladas, un 5,8 inferior a la campaña anterior. Particularizando en las variedades Manzanilla, Gordal y Hojiblanca, que representan el 86% del total de la producción nacional de aceituna para entamar, la producción ha sido de 483.740 toneladas, evidenciando un descenso del 7,8% respecto a la anterior campaña.

Gráfico 4 Evolución de la producción de aceituna verdeada.


Fuente: Elaboración propia con datos de AICA (31ene2018).

La producción de **Andalucía**, con 441.830 toneladas, representa el 79% de la producción nacional total. En su conjunto ha sido un 10,4% inferior a la de la campaña anterior y un 2% inferior a la media de las últimas campañas (2010-16).

La producción de Manzanilla, Gordal y Hojiblanca andaluza (424.070 toneladas) representa el 88% de la producción de estas variedades a nivel nacional y ha decrecido un 10,6% respecto a lo producido en la campaña precedente.

Tabla 2 Representatividad de la producción de aceituna cruda andaluza.

	ESPAÑA	ANDALUCÍA	%
Manzanilla	155.440	121.470	78%
Gordal	47.250	47.140	100%
Hojiblanca	281.050	255.460	91%
Otras	77.820	17.760	23%
TOTAL	561.560	441.830	79%

Fuente: Elaboración propia con datos de AICA (31 enero 2018)

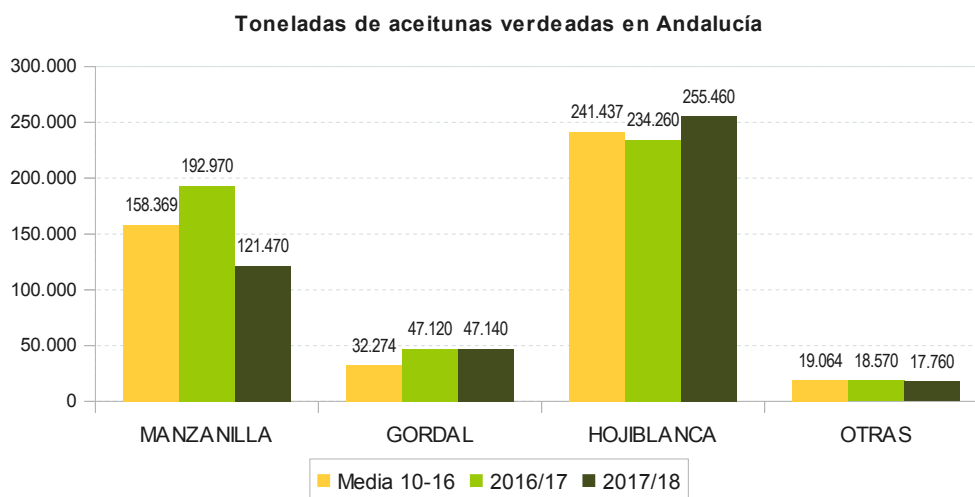
De Manzanilla se han recogido 121.470 toneladas, lo que representa un 37% menos que la campaña anterior y es un 23% inferior a la media 2010-2016. Los calibres mayoritarios han sido “finos” y las comarcas con los árboles menos cargados son las que han podido recolectar los mejores calibres.

La Gordal ha presentado en general un tamaño más homogéneo, pero inferiores a los más demandados por el consumidor, lo que se ha visto reflejado en el precio. Su recolección se hizo muy rápida. La producción ha sido de 47.140 toneladas, prácticamente igual a la campaña anterior, pero un 46% superior a la media de las últimas campañas.

La cosecha de Hojiblanca ha sumado 255.460 toneladas, lo que representa un crecimiento del 9% respecto a la campaña pasada y del 6% respecto a la media de las últimas 7 campañas. Por ser más tardía en su recolección, es la variedad que más se pudo beneficiar de las lluvias que hidrataron la arboleda, aunque cayeron con una distribución desigual que no benefició a todas las comarcas. A pesar de los precios, las fincas con mayor proporción de pequeños calibres se han destinado finalmente a molino.

El resto de variedades han sumado 17.760 toneladas, casi un 5% inferior a la campaña anterior y un 7% inferior a la media 2010-2016.

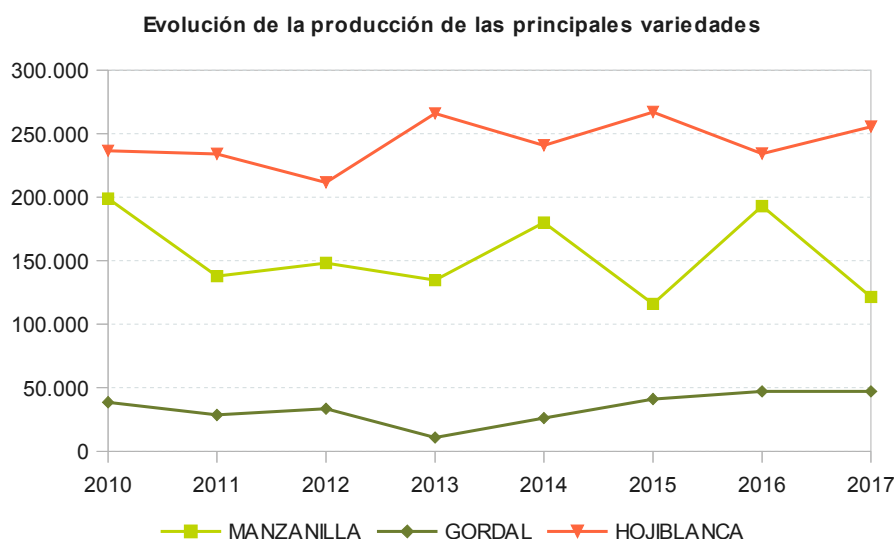
Gráfico 5 Producción de aceitunas en Andalucía según variedades.



Fuente: Elaboración propia con datos de AICA (31ene2018).

Hay que destacar que la calidad sanitaria de las aceitunas que han entrado en los fermentadores ha sido excelente. Las condiciones climatológicas han impedido el desarrollo de enfermedades y plagas, por lo que el fruto está libre de picaduras o marcas.

Gráfico 6 Evolución de la producción de aceituna verdeada en Andalucía, por variedades.



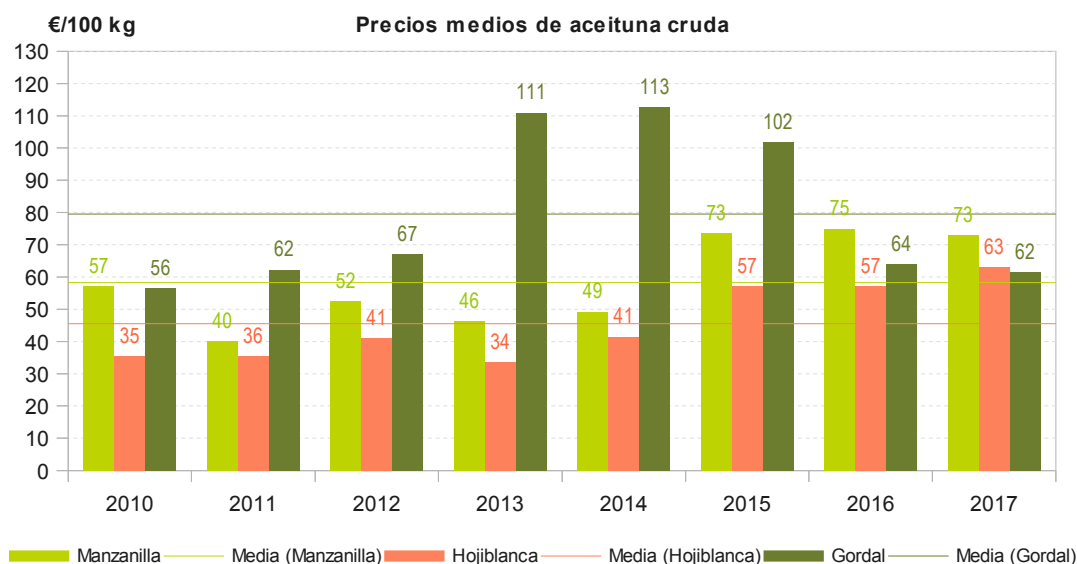
Fuente: Elaboración propia con datos de AICA (31ene2018).

PRECIOS PERCIBIDOS POR EL AGRICULTOR

Mientras el precio medio de Hojiblanca ha ascendido respecto a la campaña pasada, los precios medios de Manzanilla y Gordal han experimentado un ligero descenso. Entre los factores que han podido influir en ello se encuentran los volúmenes de enlace procedentes de la campaña anterior. Pero también ha influido en la evolución de los precios pagados el temor a no llenar los depósitos ante las previsiones de escasa cosecha verdeable, debido al arrugado del fruto y a la alta

proporción de calibres pequeños. Así los precios de los calibres inferiores han marcado valores algo superiores a los pagados en años anteriores por esos mismos calibres, evitándose así el desvío masivo al molino de la producción.

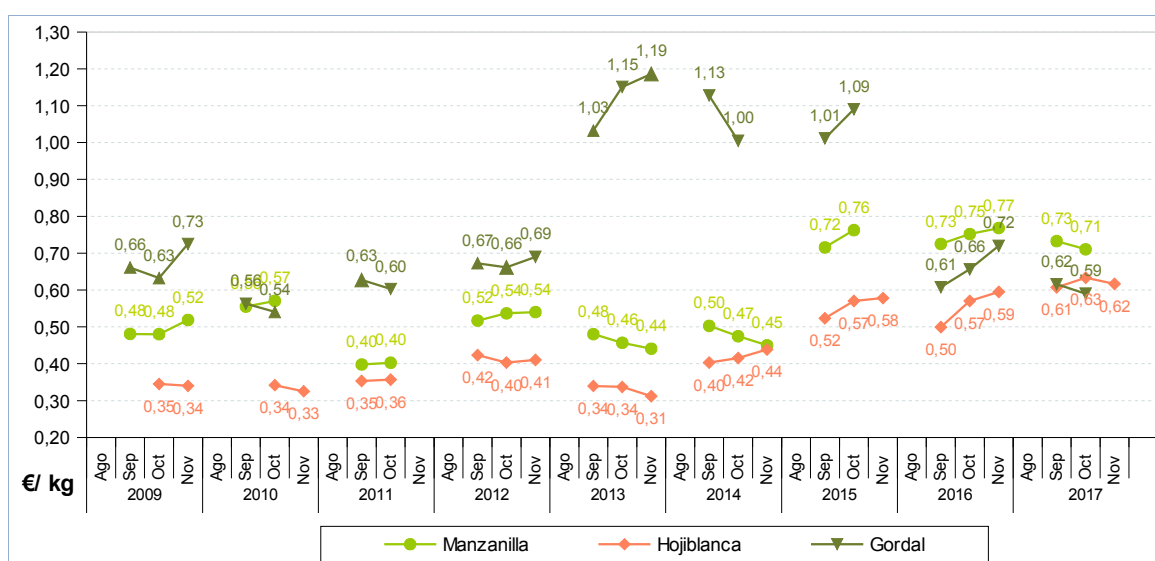
Gráfico 7 Evolución de los precios medios de campaña (€/100Kg) en Andalucía, indicando el valor medio de cada variedad en el periodo.



Fuente: Elaboración propia. Observatorio de Precios y Mercados, CAPDR.

Según la información comunicada al Observatorio de Precios y Mercados, el precio de Manzanilla se ha visto afectado por los menores tamaños verdeados, obteniéndose un ligero descenso (3%) del precio medio de campaña (0,73 €/kg). El descenso no ha sido tan acusado como inicialmente cabía esperar porque se han compensado las cotizaciones para evitar un déficit de producto. En todo caso los precios se mantienen, como en las dos campañas anteriores, por encima del precio medio de la serie de campañas de referencia.

Gráfico 8 Evolución histórica de los precios mensuales (€/kg) en Andalucía, según variedades.



Fuente: Elaboración propia. Observatorio de Precios y Mercados, CAPDR.

Algo similar ha ocurrido con la variedad Gordal. El precio medio de campaña ha descendido debido a los menores calibres cosechados. Sin embargo el descenso respecto a la campaña

anterior ha sido menor de lo esperado (-4%) obteniéndose un precio medio de 0,62 €/kg. A pesar de todo, es un valor que se encuentra muy por debajo de los valores que se alcanzaron en las campañas 2013-14-15.

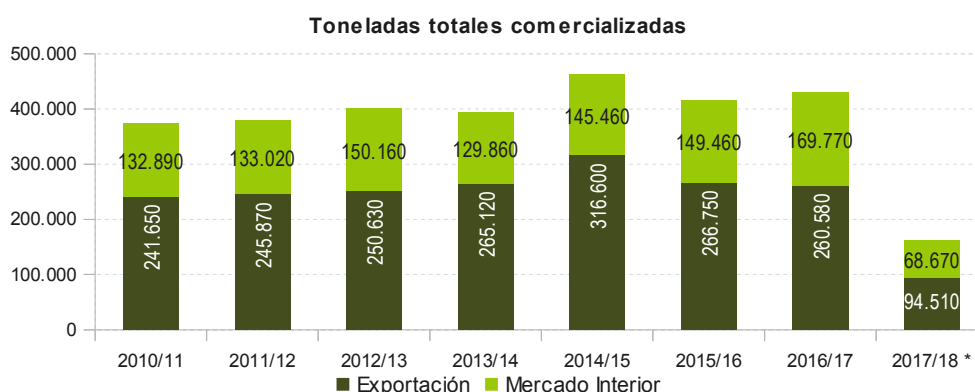
El precio de Hojiblanca ha experimentado un incremento del 11% respecto a la campaña anterior, alcanzando los 0,63 €/kg como valor medio, realizándose a 0,71 €/kg algunas operaciones puntuales. La evolución del precio ha estado muy determinado por la calidad y tamaño de la aceituna, y por el precio del aceite. El regadío y la maduración más tardía de Hojiblanca le ha permitido sortear mejor las inclemencias ambientales, disminuyendo el porcentaje de fruto arrugado. Pero los elevados precios en el aceite ha obligado a los industriales a ofertar precios competitivos para evitar el desabastecimiento de los fermentadores.

COMERCIALIZACIÓN

Se analiza la **comercialización de la aceituna cruda destinada a aderezo en Andalucía** con los datos suministrados por la AICA al cerrar la campaña de comercialización 2016/17 (aceituna recogida en 2016). En las gráficas se incluye también lo que se lleva comercializado de la presente campaña 2017/18 con los datos hasta enero de 2018 (que supone aproximadamente el 40% del volumen que se comercializa en toda la campaña). **Se debe de tener en cuenta que los datos proporcionados por la AICA son datos de intención de exportación facilitados por las empresas comercializadoras de aceituna de verdeo.**

La campaña de comercialización **2016/17**, con 430.350 toneladas de aceituna cruda comercializada fue un 3,4% superior al volumen comercializado en la campaña anterior. El ligero descenso de las destinadas a exportación (-2%) se ve compensado con el incremento del mercado interior (un 14% respecto a la anterior campaña) y que alcanza el mayor volumen de las últimas campañas. Si se compara con la media de las campañas 2010-15, la comercialización se ha incrementado un 6,4%, empujada por el ascenso del 21% en el mercado interior y a pesar del descenso del 1,5% en las exportaciones andaluzas.

Gráfico 9 Destino de la Aceituna cruda para entamado por campaña.



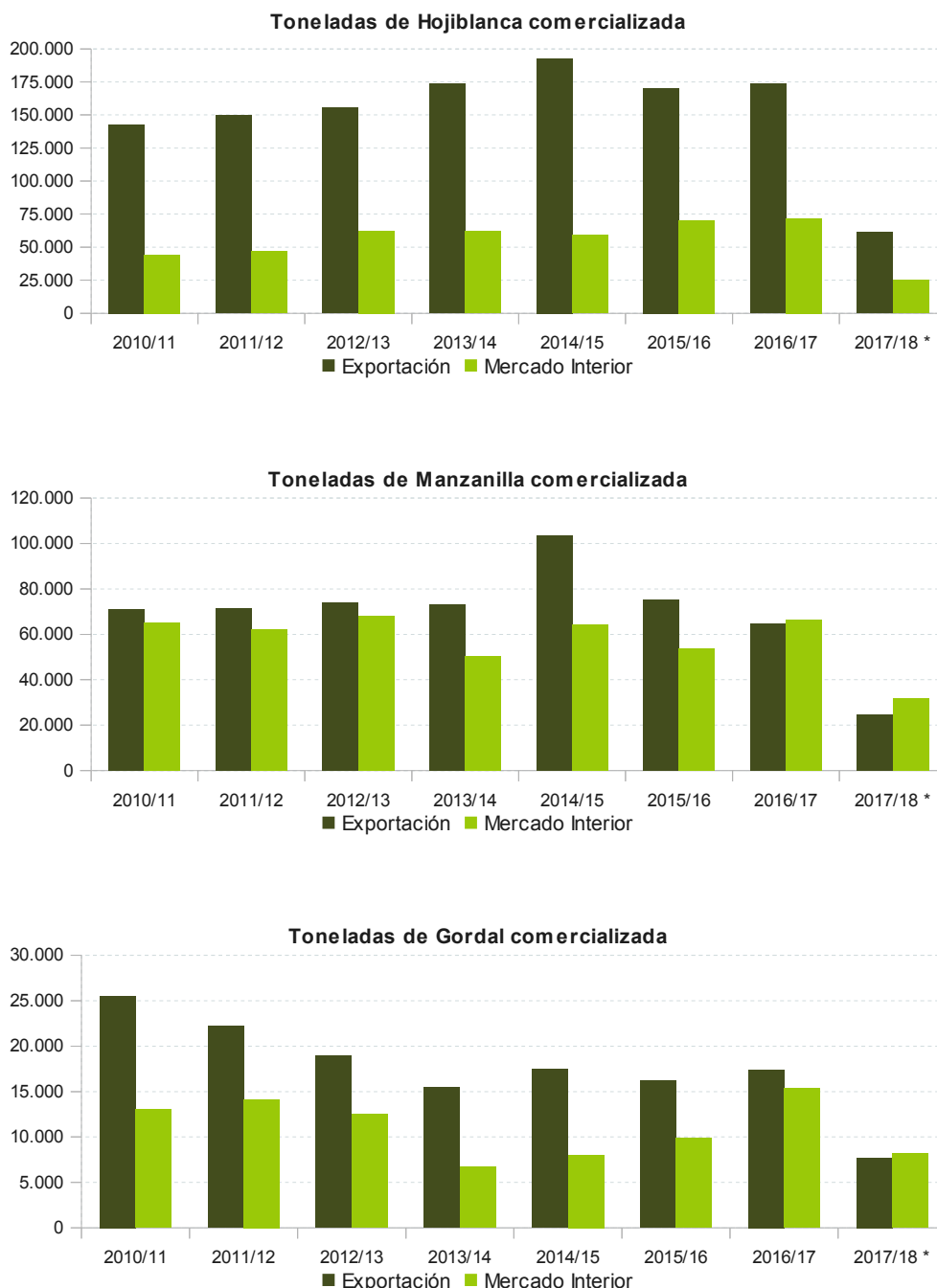
Fuente: Elaboración propia con datos de AICA (31ene2018). (*) Datos de la campaña 2017/18 hasta enero de 2018.

El declive producido en el **destino exportación** se debe al descenso de la comercialización de Manzanilla, a pesar del hito de producción que alcanzó.

Analizando por variedades, se constata que Hojiblanca es la variedad más exportada con 173.750 toneladas (el 67% del total exportado) y un crecimiento del 2% respecto a la campaña anterior; por detrás se encuentra la Manzanilla con 64.850 toneladas que representan el 25% de las

exportaciones a pesar de haber decrecido un 14% respecto a la anterior campaña; Gordal es la tercera variedad exportada en orden de importancia con 18.170 toneladas que representan el 7% del volumen total exportado y un crecimiento del 8% respecto a la campaña anterior.

Gráfico 10 Comercialización de Aceituna cruda por variedades.



Fuente: Elaboración propia con datos de AICA (31ene2018). (*) Datos de la campaña 2017/18 hasta enero de 2018.

En el **mercado interior** la variedad más demandada es Hojiblanca, que con 71.770 toneladas representa el 42% de la aceituna cruda comercializada en territorio nacional. Esta cantidad es un 2% superior a la comercializada el año anterior y la mayor de los últimos años, confirmando así la tendencia creciente. Manzanilla es la segunda variedad en orden de importancia; sus 66.940

toneladas representan el 39% de la aceituna entamada comercializada en el territorio nacional y ha incrementado su demanda un 24% en un año. La variedad Gordal, cuya producción el pasado año también alcanzó los valores máximos de las últimas campañas, ha incrementado su comercialización un 57%, alcanzando 15.390 toneladas y representando el 9% de la aceituna entamada comercializada en territorio nacional.

Las existencias al finalizar la campaña y que sirven de enlace con la siguiente sufrieron un incremento significativo respecto al año anterior, especialmente de las variedades Manzanilla y Gordal. Ello ha repercutido en los precios pagados al agricultor en la campaña 2017, que han estado ligeramente por debajo de los valores de la campaña anterior. En tanto que un enlace más corto de Hojiblanca y un incremento de demanda ha permitido el ascenso del precio pagado por esta variedad.

Tabla 3 Variación de las Existencias finales de aceituna entera y escurrida.

toneladas	2015/16	2016/17	%
Manzanilla	74.130	126.420	71%
Gordal	29.280	39.510	35%
Hojiblanca	135.940	115.710	-15%
Otras	24.700	15.170	-39%
TOTAL	264.050	296.810	12%

Fuente: Elaboración propia con datos de AICA.

Si se analizan las **exportaciones de la aceituna entamada (TARIC² 071120, 20019065 y 200570)**, utilizando como fuente de información los datos del Instituto de Comercio Exterior (base de datos DATACOMEX del ICEX), **España** sigue liderando a nivel mundial la producción y la comercialización de la aceituna de mesa. En la **campaña 2016/17**, produjo el 71% de la aceituna de la UE, lo que representa el 21% de la producción mundial, y protagonizó el 29% de las exportaciones mundiales. Andalucía, que ese año produjo el 83% de la aceituna entamada española, comercializó el 12% de toda la aceituna de mesa que se consumió en el mundo.

Tabla 4 Principales destinos de la aceituna entamada. Volumen exportado (toneladas)

España	Campaña 2015/16	Campaña 2016/17	Variación	Andalucía	Campaña 2015/16	Campaña 2016/17	Variación
Estados Unidos	21,3%	21,5%	4,4%	Estados Unidos	25,6%	26,6%	4,0%
Italia	11,5%	11,3%	2,3%	Italia	13,5%	13,4%	-0,4%
Rusia	7,5%	7,8%	7,7%	Arabia Saudí	5,7%	7,0%	22,5%
Francia	7,6%	7,6%	4,8%	Reino Unido	6,7%	5,9%	-12,0%
Alemania	7,7%	7,5%	0,6%	Francia	6,3%	5,9%	-6,9%
Arabia Saudí	4,4%	5,2%	20,9%	Alemania	6,8%	5,7%	-15,6%
Reino Unido	5,6%	4,9%	-9,6%	Canadá	2,8%	3,2%	14,4%
Canadá	2,6%	2,8%	10,5%	Portugal	4,2%	2,5%	-39,3%
Polonia	2,3%	2,5%	14,4%	Rusia	2,0%	2,5%	23,9%
Portugal	3,9%	2,5%	-32,9%	Polonia	2,0%	2,1%	8,8%
Total top 10	75 %	74 %	4%	Total top 10	76 %	75 %	-1%
Exportación total (toneladas)	492.723	510.657	4 %	Exportación total (toneladas)	370.604	370.659	0 %

Fuente: Elaboración propia con datos de DATACOMEX (27/12/2017).

²**071120** - Aceitunas, conservadas provisionalmente (por ejemplo con gas sulfuroso y agua salada, sulfurada o acondicionada de otras sustancias para dicha preparación), todavía impropias para la alimentación. (sin unidad suplementaria); **20019065** - (desde 01.01.93) aceitunas, preparadas o conservadas en vinagre o en ácido acético. (sin unidad suplementaria); **200570** - aceitunas, preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), sin congelar. (kilogramo de peso neto escurrido)

Tabla 5 Principales destinos de la aceituna entamada. Valor exportado (miles €)

España	Campaña 2015/16	Campaña 2016/17	Variación	Andalucía	Campaña 2015/16	Campaña 2016/17	Variación
Estados Unidos	25,6%	25,2%	-4,5%	Estados Unidos	31,4%	31,0%	-6,6%
Italia	10,3%	9,8%	-8,7%	Italia	11,9%	11,3%	-10,0%
Rusia	6,6%	7,8%	14,6%	Arabia Saudí	6,4%	6,8%	0,7%
Alemania	7,4%	7,4%	-3,9%	Alemania	5,7%	5,6%	-6,8%
Francia	6,9%	6,6%	-8,4%	Reino Unido	5,8%	5,1%	-17,9%
Arabia Saudí	4,9%	5,1%	0,3%	Francia	5,1%	4,5%	-16,8%
Reino Unido	5,3%	4,5%	-18,2%	Rusia	2,8%	3,8%	27,7%
Canadá	2,4%	2,7%	10,3%	Canadá	2,6%	3,1%	11,8%
Polonia	2,7%	2,6%	-7,0%	Polonia	1,7%	1,9%	7,1%
México	2,3%	2,0%	-17,6%	Suecia	1,7%	1,6%	-13,7%
Total top 10	74 %	74 %	-3%	Total top 10	75 %	75 %	-6%
Exportación total (miles de euros)	748.398	724.370	-3 %	Exportación total (miles de euros)	563.678	533.579	-5 %

Fuente: Elaboración propia con datos de DATACOMEX (27/12/2017).

España exporta a 147 países, sumando los 10 primeros el 74% del volumen exportado y del valor. Respecto a la campaña anterior se ha incrementado un 4% el volumen de aceitunas entamadas exportadas por España, pero se ha reducido un 3% el valor de las mismas. Estado Unidos, Italia y Rusia son los principales destinos de las exportaciones nacionales, sumando el 41% del volumen y el 43% del valor exportado. Es destacable que Arabia Saudí haya incrementado un 21% sus importaciones respecto a la campaña anterior, pero sin apenas modificar el valor de lo exportado.

La producción de **Andalucía** se comercializa en 128 países, sumando los 10 destinos más importantes el 75% del volumen y del valor exportado. Respecto a la campaña anterior, prácticamente se ha exportado el mismo volumen de aceitunas entamadas, pero el valor ha descendido un 5%. Los principales destinos son Estados Unidos, Italia y Arabia Saudí, sumando estos tres países el 47% de la producción exportada y el 49% del valor de lo exportado. Se reproduce la casuística de Arabia Saudí, que incrementa un 22% el volumen de la aceituna andaluza que importa, pero apenas reembolsa un 1% más que en la campaña anterior.

La coyuntura de los aranceles de Estados Unidos

Desde el pasado mes de julio, tras la denuncia de empresas californianas, el Departamento de Comercio de Estados Unidos tiene abierto un procedimiento de investigación antisubvención y antidumping a las aceitunas de mesa españolas.

Tras varios meses de incertidumbre en el sector, en noviembre se cumplieron los peores presagios y se impuso cautelarmente a las aceitunas españolas un arancel, como medida ante lo que consideran subvenciones injustas que permiten la exportación a bajo precio. El arancel fijado es distinto dependiendo de la empresa exportadora. Así, para las principales empresas exportadoras varía desde 2,31% a 7,24%, estableciéndose un arancel de 4,47% para el resto de empresas exportadoras. Estos aranceles se aplican a la **partida 20057000**³, que engloba a las aceitunas preparadas o conservadas, excepto en vinagre o ácido acético, sin congelar, tanto verdes como negras. Prácticamente el 100% de la aceituna de mesa exportada por Andalucía a Estados Unidos en la campaña 2016/17 se corresponde con esa partida.

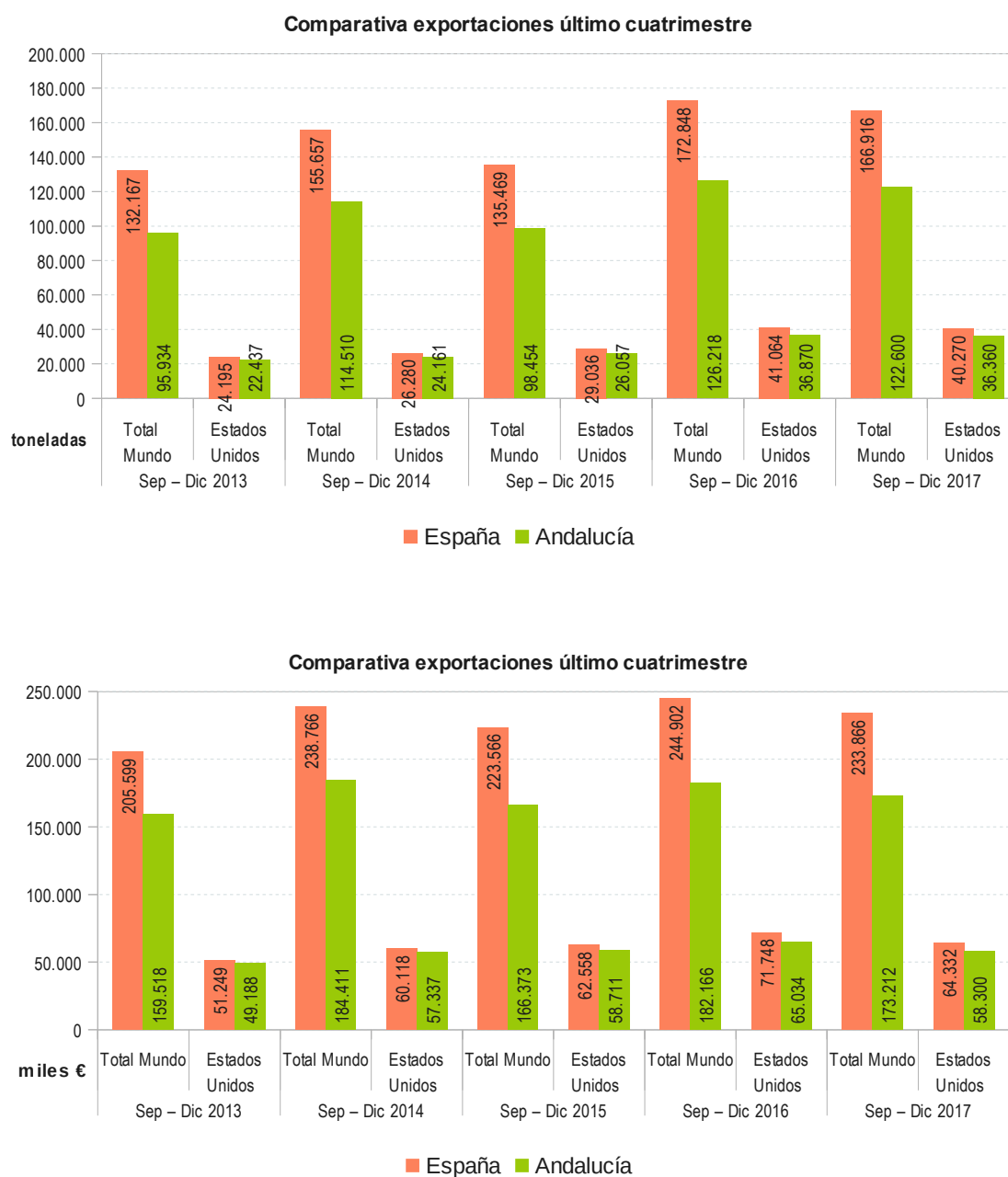
El 19 de enero la administración estadounidense ha incorporado un arancel adicional preliminar a la aceituna de mesa, como consecuencia de la investigación antidumping. Dicho arancel también varía para las principales empresas exportadoras desde el 14,64% a 19,73%, estableciéndose un arancel medio de 17,13% para el resto de empresas.

³Código taric 200570 - Aceitunas, preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), sin congelar. (kilogramo de peso neto escurrido)

El arancel impuesto por Estados Unidos afecta a todas las variedades de aceitunas de mesa españolas y en todos sus formatos de exportación. Sin embargo, el impacto mayor lo sufre la Hojiblanca, que toma el color negro en el proceso industrial y copa el grueso de las exportaciones. Esta variedad se concentra en zonas productoras andaluzas.

Dentro de los elaborados de esta variedad, la aceituna deshuesada y cortada en rodajas es el producto estrella de los exportadores andaluces a Estados Unidos. Este formato es el más consumido en el mercado americano, especialmente en la elaboración de pizzas y ensaladas.

Gráfico 11 Comparativa de las exportaciones de aceituna entamada del último cuatrimestre del TARIC 20057000 en volumen (toneladas) y valor (miles de €).



Fuente: Elaboración propia con datos de DATACOMEX (21/02/2018).

En el análisis comparativo de los datos de exportaciones de aceituna entamada del primer tramo de campaña, se puede apreciar, respecto a la campaña anterior, un leve descenso de los



volúmenes exportados a Estados Unidos por España (-2%) y Andalucía (-1%) mientras el valor de lo exportado ha caído un 10%.

CONCLUSIONES

- La dependencia de las condiciones climáticas durante la fructificación y el verdeo ha caracterizado la campaña 2017.
- Las altas temperaturas y la falta de precipitaciones ha condicionado la calidad comercial de las aceitunas, siendo las de regadío las que mejores resultados han logrado.
- La calidad sanitaria ha sido muy buena, porque no ha habido ninguna incidencia sanitaria.
- Se ha producido un acusado descenso de la producción de Manzanilla respecto a la campaña anterior, mientras que Gordal tiene valores similares y Hojiblanca ha incrementado la producción de aceituna destinada a los fermentadores.
- Gordal y Manzanilla han marcado precios ligeramente inferiores a los de la campaña anterior, mientras que Hojiblanca los ha incrementado para evitar el destino de mayor producción a molino.
- La campaña de comercialización 2016/17 de la aceituna cruda para entamado andaluza tiene valores ligeramente superiores a los de 2015/16, con un ligero descenso de las exportaciones, pero un marcado crecimiento de la comercialización en el mercado interior.
- Estados Unidos e Italia siguen siendo los principales mercados destinatarios de la producción nacional y andaluza. Pero hay que reseñar el incremento de los volúmenes exportados en un 4% con un descenso del valor de lo exportado en un 3%.
- La evolución de las exportaciones andaluzas de aceituna entamada a Estados Unidos en el período septiembre-diciembre de 2017, ha caído un 1% en volumen y un 10% en valor, comparado con el mismo período del año anterior.