Informe de mercado: LA ALMENDRA AMERICANA EN 2020

HISPANIA
NUTS AGENTS

1 FEBRERO 2021

Hispania Nuts Agents

Índice

1. Introducción……
2. El sector de la almendra en California……..
3. Oferta de almendra californiana……..
4. Precio……..
5. Productividad…….
6. Expectativas de cosecha para 2021……
7. Conclusiones generales……
8. Bibliografía……

1. Introducción

La Almond Board de California genera un informe anual relacionado con el sector de la almendra de Estados Unidos. Este documento concluye el año 2020 y proporciona información, a partir de la campaña 19-20, de la industria en California, lugar en el que se produce alrededor del 78% de la almendra en el mundo y se vende y distribuye por todo el planeta.

El informe del año 2020 se resume en este texto. Se hace hincapié en el papel de la institución de la Almond Board de California en el sector indicando sus aportaciones y sus politicas de desarrollo de mercado. También se aporta un análisis de la oferta de almendra californiana de los últimos 20 años así como un análisis del precio y la productividad en California. De igual modo, se incluye información relevante para mostrar una idea de lo que es la producción californiana de almendra, su crecimiento y su influencia en el mundo a día de hoy.

El texto incluye también las expectativas que se tienen desde California de la próxima cosecha. Aún es pronto para que estas valoraciones tengan influencia real en el precio. Dichas valoraciones tendrán que ser verificadas en el tiempo.

Los consumidores ven el alimento como un pilar básico para el sistema inmunitario. Buscan mejorar su salud física y emocional. La almendra tiene cabida en esto.

Lu Ann Wiliams.

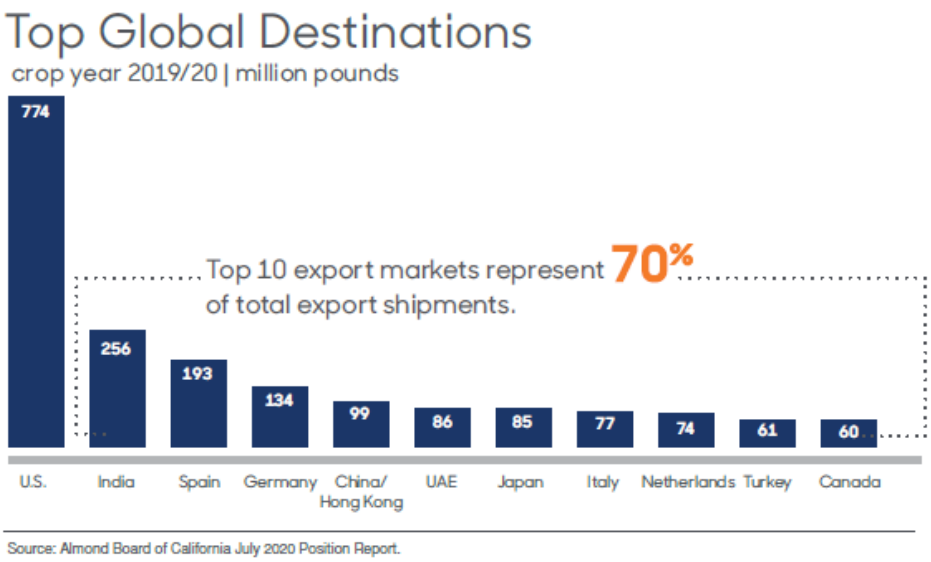
2. El sector de la almendra en California

Los aspectos más importantes a tener en cuenta, respecto a la configuración del sector, se pueden resumir en los siguientes puntos:

- La producción de almendra en California **está compuesta por 7600 agricultores**, en un 91% familias de tercera o cuarta generación, que producen todas las variedades de almendra americana. Hay 102 procesadores en California.
- Estados Unidos es el **mayor productor de almendra del mundo** (78%). Otros productores relevantes son Australia (7%) y la Unión Europea (8%).
- El 33% de los embarques (envíos de cargas de almendra desde California) de almendra americana tienen destino nacional y el **primer destino de exportación es India por segundo año consecutivo.** Los diez primeros países de exportación representan el 70% de los destinos. Se vende actualmente a 100 países. **El segundo país de exportación vuelve a ser España.**

En la ilustración 1 se observan los diferentes destinos de exportación de almendra americana, teniendo a España e India como los principales. La gráfica hace mención a la cosecha 2019/20 y las cantidades de exportación en millones de libras.

Ilustración 1: Distribución de la almendra americana



Almond Board de California (ABC)

Esta agrupación, conocida como La Almond Board representa a los agricultores y a la mayoría de procesadores de almendra de California. De igual modo, apoya la industria desarrollando demanda internacional e investigando para mejorar las prácticas en agricultura. Los miembros aportan un porcentaje de sus ventas para la financiación de esta asociación que es la más influyente y reconocida de California.

Este año se ha celebrado 70 años de su constitución. También, se ha hecho una nueva web (Almonds.com) para 11 regiones, en la que se incluye España. Además, este año se han desarrollado tres campañas relevantes de marketing **(UK, India, China)** además del CASP (El programa de sostenibilidad de la almendra en California).

Es importante destacar que en 2020 se celebran 15 años de inversión en estudios sobre abejas. Además, la ABC ha lanzado un plan de 5 puntos de protección de polinizadores. También, se menciona que la ABC se ha unido a 'The Atlantic' para producir un documental en el que se reflejen las buenas prácticas en agricultura de la industria de la almendra americana.

EL presupuesto de la Almond Board of California durante este año ha sido invertido en un 61% en desarrollo de mercado. Otra parte va para el desarrollo sostenible y el respeto al medio ambiente.

Objetivos 2025 para mejorar prácticas en agricultura

ALMOND ORCHARD 2025 GOALS

La comunidad de la almendra americana permanece comprometida con unos objetivos de respeto al medio ambiente y de promoción de una producción eficiente y responsable.

Los objetivos son los siguientes:

- **Reducción del consumo de agua para la producción**: para 2025 se ha establecido un objetivo de reducir un 20% el consumo de agua apoyándose en en sistemas de riego mejorados. En los últimos 20 años se ha reducido en un 33% el consumo de agua necesario para la producción de 1kg de almendras.
  Progreso en 2020: Este año se ha avanzado en los sistemas de mantenimiento del regadío. La ABC, en colaboración con el Departamento de Conservación de California, está ayudando a los agricultores a ser eficientes con sus sistemas de regadío.

- **Acanzar residuos 0 en terreno**: el objetivo consiste en darle uso a la doble cáscara de la almendra; tienen mercado ya para el-lo (generación de electricidad, plásticos reciclables, combustibles, ganado).
  Progreso en 2020: Un estudio de la UC Davis concluye que reciclar por completo una plantación mejora la salud del suelo, aumenta la eficiencia del regadío, mejora rendimientos y reduce la emisión de gases con efecto invernadero.

- **Aumentar el uso de herramientas pesticidas que respeten el medio ambiente en un 25%**: se desarrolla mediante la introducción de insectos favorables, control de los ecosistemas, monitorizar pesticidas.
  Progreso en 2020: Los avances de este año van en la línea de interrumpir el apareamiento del gusano naranja mediante el uso de feromonas para confundir a los machos, como parte del programa PEST.

- **Mejorar las condiciones de aire durante la cosecha**: reducción del polvo generado en la cosecha en un 50%.
  Progreso en 2020: Los productores están explorando nuevos sistemas para reducir la emisión durante la cosecha, incluido el semirremolque que consiste en cosechar un sistema de marco de captura que deja caer las almendras en hileras, reduciendo el polvo. Los investigadores y agricultores están experimentando con sistemas para que la cosecha no caiga al suelo, probando equipamiento de otras regiones del mundo.

Funciones de la Almond Board de California

En ***Estados Unidos*** se supervisa la calidad del agua y las tierras de regadío. También promueven politicas de pesticidas y se incentiva a los agricultores a tener buenas prácticas.
En ***India*** se enseña a las autoridades las diferenciaciones entre los estándares de calidad y la seguridad alimentaria. Además, se promueve los beneficios nutritivos de la almendra.
En ***China*** se implica desarrollando la fase 1 del acuerdo para la exportación de cáscara pelletizada desde USA.
En la ***Unión Europea*** *se consigue el máximo* de 1% de inspecciones de contenedores en aduanas mediante el acuerdo EPEC y la emisión de certificados de aflatoxina que facilitan que no haya tantos rechazos en aduana por aflatoxinas. Por otro lado, la Almond Board trata de ayudar a sus exportadores de almendra facilitando el reprocesamiento de los contenedores rechazados. También, este año, se han focalizado en facilitar el networking en prácticas sobre desarrollo sostenible y pesticidas entre empresas europeas y americanas
En el ***Norte de África y Oriente Medio***se interviene en asuntos deen diferentes países como Marruecos, Algeria y Omán, los cuales presentan abundantes problemas documentales y cierres de mercado repentino.
En ***Japón*** se desarrollan estrategias para evitar que haya controles de aflatoxina en los puertos y así reducir los rechazos de contenedores.

Programas de marketing de la Almond Board

La Almond Board de California tiene 11 mercados objetivo en los cuáles tiene campañas de marketing.

- USA, México, Canadá
- UK, Alemania, Francia, Italia
- India, China, Japón, Corea del Sur

La almendra se posiciona en cada mercado de manera diferente con el objetivo de incrementar la demanda. A continuación queda resumido cuáles son las adaptaciones de marketing según el destino de las campañas.

AMERICA DEL NORTE

USA: se vende la almendra como snacks para tener energía natural (derivada de la proteína de la almendra)

MEXICO: se posiciona también como snacks. Elegir la almendra entre los diferentes snacks te lleva a grandes cambios personales. Una de los slogan que utilizan es: 'Te dan Energía para enfrentar tu día'. Durante el 2020 han utilizado vinculando la almendra y el fitness.

CANADA: Un marketing dirigido para el uso de la almendra como snack saludable.

EUROPA

UK: La almendra se posiciona como un producto saludable, sabroso, natural y producido de manera responsable. En 2020 hubo una campaña llamada: 'Do you Almond?', en los paneles de las estaciones de metro, entre otros.

ALEMANIA: En este país se ha relacionado la almendra relacionada tradicionalmente al mazapán y a la Navidad. Se han hecho campañas este año en redes sociales sobre los beneficios de la almendra independientemente del clima con el objetivo de tratar de desestacionalizarla.

FRANCIA: aquí se vende como producto saludable. Este año 2020 se han centrado en relaciones públicas y la influencia de profesionales de la salud para la generación de demanda.

ITALIA: el producto se vende como un saludable y sabroso snack.

ASIA

India: se promociona su uso como snack que aporta belleza, alto reconocimiento social e inmunidad. A raíz de la preocupación social por el sistema inmunológico debido a la pandemia, se dirigirá el marketing hacia la mejora del sistema inmune.

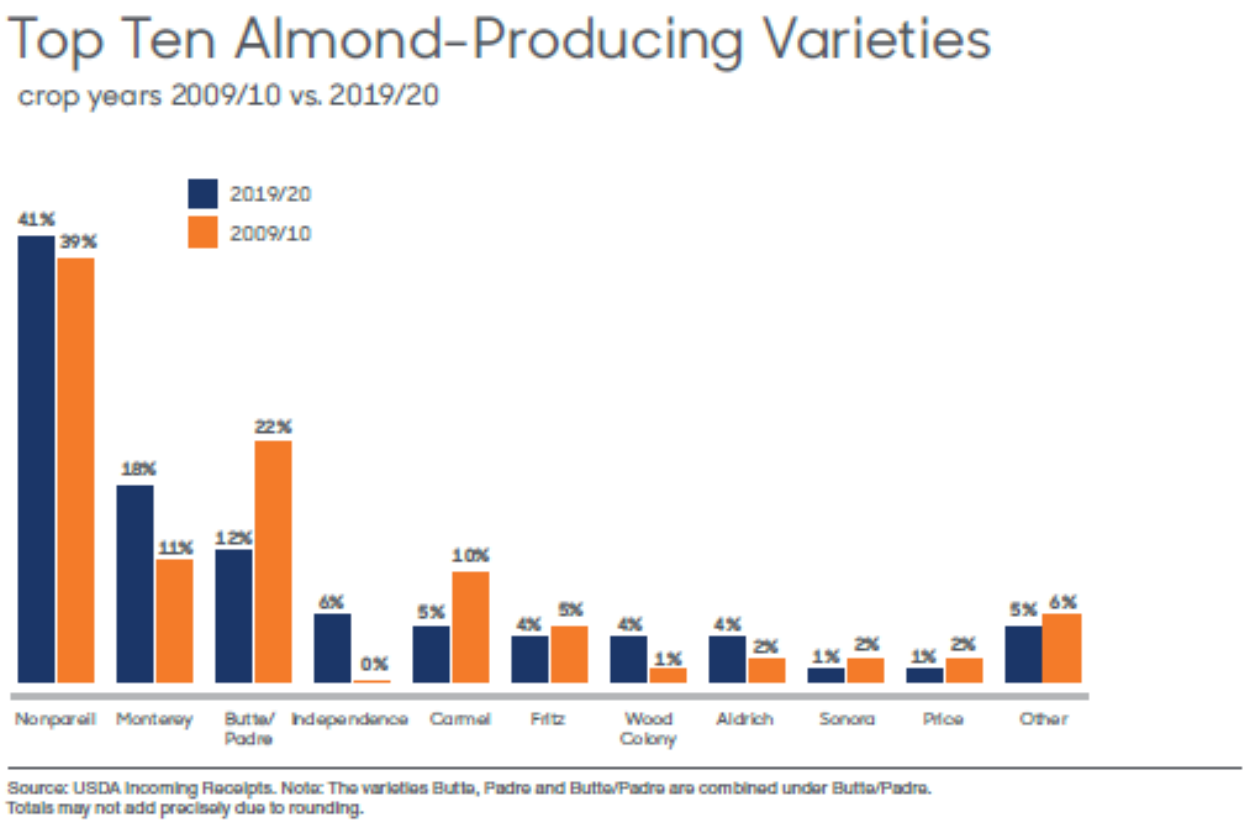
China: se vende como snack que genera belleza y alto reconocimiento social.

Japón: se vende como snack que genera belleza y alto reconocimiento social.

Corea: se vende como snack que genera belleza y alto reconocimiento social

3. Oferta de almendra californiana

Ilustración 2. Producción de variedades de almendra americana

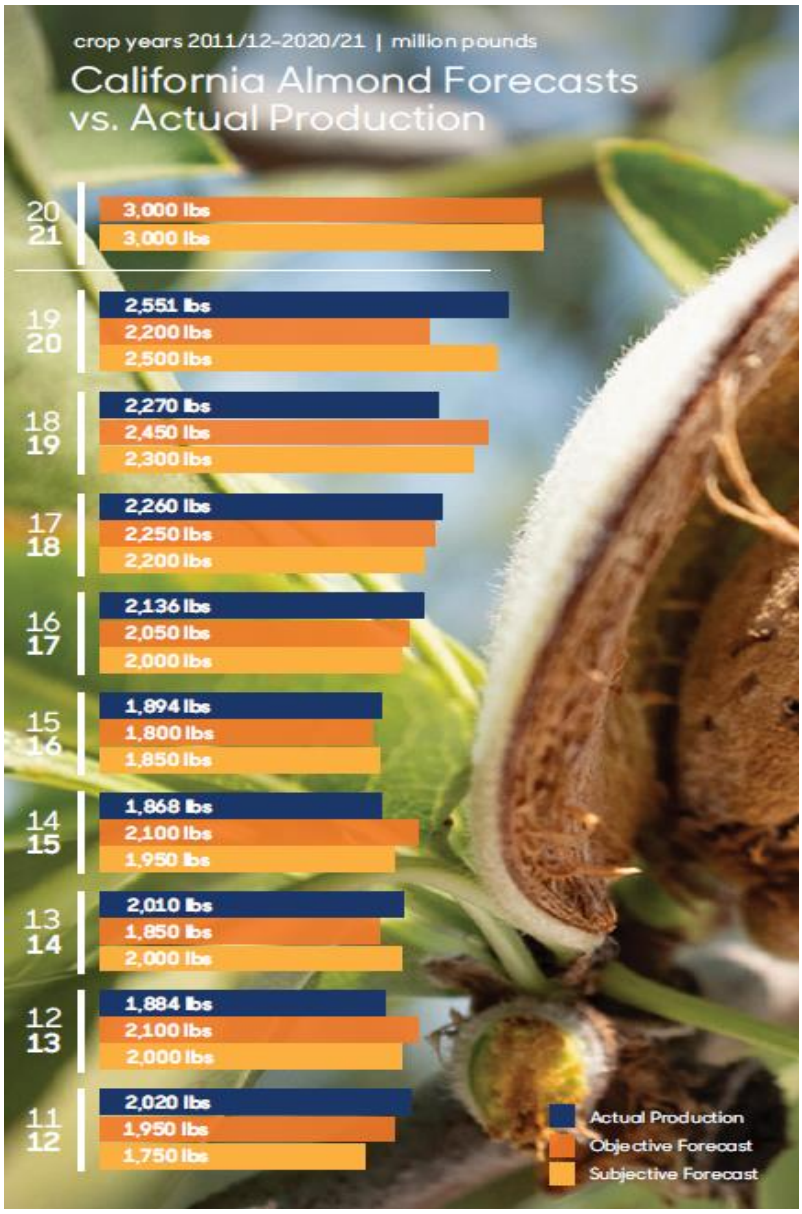


En la gráfica anterior se aprecia una comparativa en la entrada de cosecha de los años 2009/10 y 2019/20.

Se observa como aumenta la importancia de la Non Pareil respecto al total y disminuyen tanto las Butte Padre y las Carmels si comparamos con la cosecha de hace 10 años.

No significa necesariamente que disminuya la cantidad de b/p y car, más bien que el aumento de cosecha y plantaciones ha estado focalizado a otras variedades, destacando la Non Pareil y la monterrey.

Ilustración 3: Previsiones de cosecha y producción

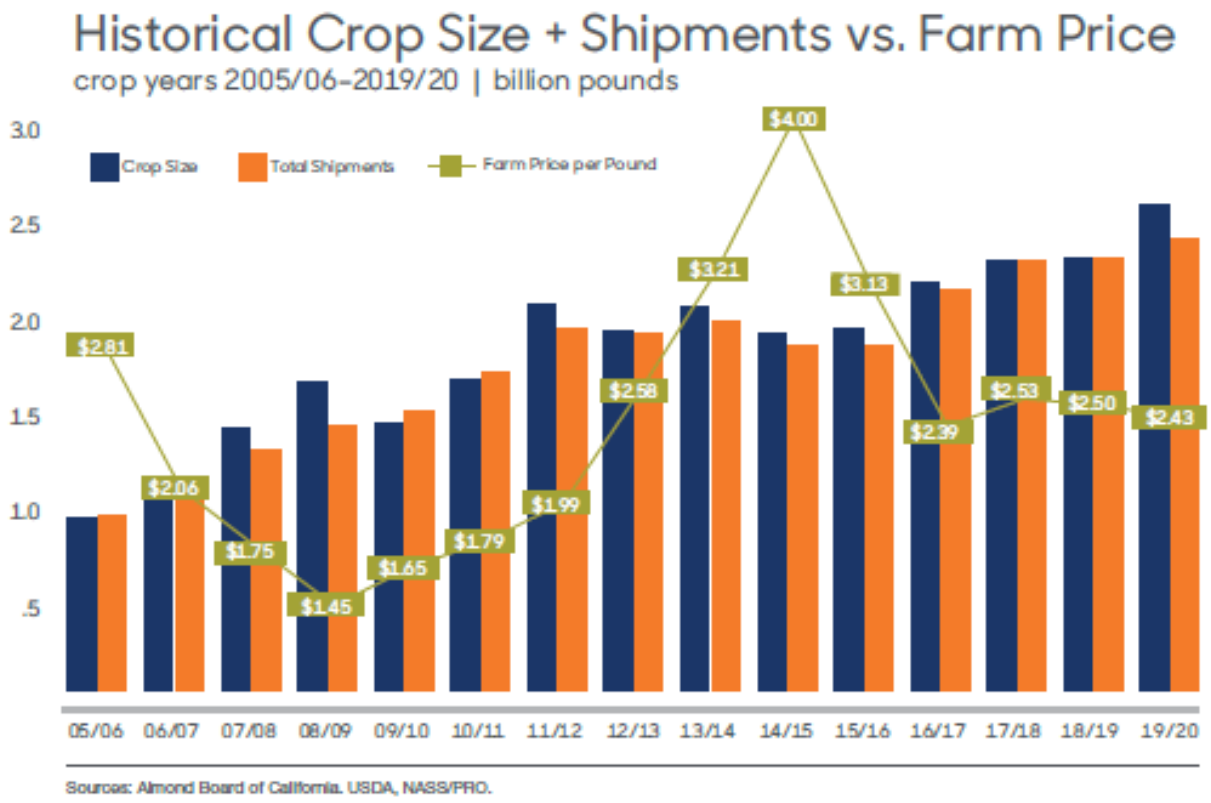


En la ilustración 3 se realiza una comparativa sobre la previsión de la producción anual de almendra en California proporcionada por las pruebas objetivas del ministerio, las pruebas subjetivas de los agricultores y los datos de la cosecha final No se alcanzan grandes conclusiones sobre si unas previsiones u otras aciertan más**.** Es evidente el error de la prueba objetiva del 19/20, pero no es la primera vez que hay una equivocación de este calado, ya que en la 18/19 volvió a equivocarse también la prueba objetiva de manera significativa, pero esta vez anticipando más cosecha de la que hubo.

En 6/9 de las últimas predicciones ha ha habido más cosecha que la prevista, tanto por la prueba objetiva como subjetiva y este año parece que también. Sí asi fuera, **llegaríamos a hablar de un 70% de predicciones a la baja de cosecha en los últimos 10 años.**

4. Precio

Ilustración 4: Oferta y precio de almendra americana



En la gráfica anterior se observa como la **oferta** (barra azul) lleva un crecimiento irregular pero sostenido en el tiempo durante los últimos 15 años. Los embarques (barra naranja), que representarían a la **demanda,** siguen ese crecimiento haciendo a la vez que generalmente suba el precio. El ciclo consiste en: mayor oferta, mayor demanda, mayor precio, burbuja, caída. Nos encontramos con la fase de crecimiento de un sector, que este año demuestra que tiene mucho potencial, porque ante una increible cosecha, se están generando un crecimiento de embarques enorme, eso sí, con una significativa correción de precio.

Respecto a los pormenores en el crecimiento de la oferta hay ciclos de crecimiento de 3 o 4 años y un posterior descenso el año posterior. Este año va a ser el 5º en crecida. Ningún otro ciclo de crecimiento ha durado tanto**.**

En la gráfica, además, se observan dos ciclos en los que el precio ha alcanzado grandes picos en **2005-06** y **2014-15,** derrumbándose posteriormente. Se observa como desde 2015 el precio ha bajado aunque ha conseguido estabilizarse **los últimos tres años**, hasta éste**…**

La gráfica anterior no refleja la caída de precio del 2020. Respecto a esta caída añado las causas fundamentales de la misma:

- Se terminó la cosecha 19/20 con un Carrying alto. (Carrying: Cosecha que queda por vender cuando ya se dispone de la siguiente cosecha).
- Gran oferta prevista en 2020 de 3Blbs y un consenso en que era cierto por parte de la industria, tras el 'desatino' en las previsiones del año anterior.
- Modificación de los canales de distribución debido al COVID y problemas logísticos debido a los diferentes confinamientos, especialmente los problemas en INDIA y su cierre de puertos, así como cantidad de contratos a largo plazo incumplido. (se habló de 800).
- Incertidumbre de la economía global generada por el COVID.
- La cosecha final del 2019 (2.55blbs) fue mucho mayor a la prevista (2.20Blbs) y se estuvo vendiendo mucho a precios muy altos con una cosecha que se fue descubriendo mayor a medida que entraba. El precio fue corrigiendo durante el primer trimestre del 2020 y posteriormente apareció el COVID y las estimaciones de nueva cosecha (3Blbs) que aceleraron la caída.

5. Productividad

Ilustración 5: Años de cosecha 2010 – 2021

California Almond Acreage + Farm Value

crop years 2011/12-2020/21

	ACREAGE IN ACRES					YIELD		VALUE IN DOLLARS		
CROP YEAR	BEARING	NON-BEARING	TOTAL	NEW PLANTINGS	AVERAGE TREES PER ACRE	BEARING ACRE YIELD (LBS.)	PRODUCTION* (MILLION LBS.)	FARM PRICE	FARM VALUE ($1,000)	VALUE PER BEARING ACRE
2011/12	800,000	75,000	875,000	30,732	111	2,540	2,020	$1.99	$4,007,860	$5,010
2012/13	820,000	110,000	930,000	27,632	112	2,300	1,884	$2.58	$4,816,860	$5,874
2013/14	880,000	120,000	1,000,000	29,772	112	2,280	2,010	$3.21	$6,384,690	$7,255
2014/15	930,000	170,000	1,100,000	35,464	114	2,010	1,868	$4.00	$7,388,000	$7,944
2015/16	950,000	240,000	1,190,000	42,824	114	2,000	1,894	$3.13	$5,868,750	$6,178
2016/17	970,000	300,000	1,270,000	37,575	116	2,210	2,136	$2.39	$5,052,460	$5,209
2017/18	1,030,000	330,000	1,360,000	33,421	117	2,200	2,260	$2.53	$5,603,950	$5,441
2018/19	1,090,000	300,000	1,390,000	26,261	119	2,090	2,270	$2.50	$5,602,500	$5,140
2019/20	1,180,000	350,000	1,530,000	16,924	122	2,160	2,551	$2.43	$6,094,440	$5,165
2020/21†	1,260,000	‡	‡	‡	122	2,380	3,000	§	§	§

Source: USDA, NASS/PRO. Note: Almond Board does not track prices. *Production numbers provided by Almond Board of California. †Estimated as of July 7, 2020. ‡Acreage statistics will be available in April 2021. §Value statistics will be available in July 2021.

En la gráfica anterior se observa como en los últimos diez años el crecimiento de cultivo (bearing) en terreno fértil en Estados Unidos es permanente. El rendimiento de esta cosecha solo tiene un mejor precedente en los últimos años.

Pese a que en general ha habido un gran crecimiento en nuevas plantaciones, desde 2015 lleva una tónica descendente a nivel de las mismas. Sin embargo, la media de arboles por acre sigue creciendo de manera estable. De esta manera, se concluye que aumenta la productividad.

6. Expectativas de cosecha para 2021

BUDSET (Brotes) , BLOOM (Floración), Weather (CLIMA)

A continuación, se aporta información reciente sobre las perspectivas que se tienen respecto a la nueva cosecha. Dichos comentarios vienen proporcionados por parte de la oferta.

Diferentes agentes de la industria indican que se está observando que el arbol viene con muchos brotes (budset)luminosos. Lo cuál puede generar mucha almendra y un gran rendimiento.

Otras opiniones aportan el rendimiento tiene que ser menor el próximo año ya que cuando se alcanzan grandes rendimientos el año siguiente se baja entre el 9% y el 18%. Si seguimos así vamos a un rendimiento histórico en la cosecha 2020, al nivel del 2011 y 2008, cuyos rendimientos los años posteriores cayeron un 10% y un 18%.

Respecto a las lluvias, se dice que no hay muchas previstas y que ha sido un invierno seco con aproximadamente 1/3 de la lluvia normal. Añaden desde California, que tenemos un problema grave de sequía. **Sin embargo, las últimas semanas ha estado lloviendo incesablemente**.

Un gran comprador nos comenta que no hay mucha nieve en las montañas y eso puede afectar al agua subterránea.

Alguna opinión señala que ha habido destrucciones de plantaciones, debido a los precios más bajos en 11 años. Algunos productores aprovechan para reciclar árboles y plantar de nuevo. Recordemos que el árbol tiene un ciclo de vida de 25 años. Indican que en el 2021 la cosecha tendrá el peor incremento en superficie desde 2015.

COSECHA 2021

Algunos packers opinan que la próxima cosecha 2021 se situará entre 2,70 – 2,90blbs y que la cosecha actual terminará en torno a los 3.05-3.10Blbs. Para distribuir la nueva cosecha y dejar el próximo año 2022 un Carryin bajo solo necesitarían un 0-5% de incremento en embarques. (Aun así, llevamos un año de embarques récord mes a mes, será difícil hacer cualquier incremento el año que viene).

TNT (Terranova Trading) lanzó su número de carry out para este año (550MLBS) y su número de cosecha para 2021 (entre 2,70 y 2,80Blbs)

Un packer de confianza nos añade sus escenarios de la cosecha final de este año y la del siguiente:

Cosecha 2020
450M lbs Carryin
3.05 - 3.1B lbs Cosecha (3.00 – 3.05B NET)
3.45 – 3.5B +/- TOTAL SUPPLY

Cosecha 2021
600M lb Carryin
2.9B lbs Cosecha (2.85B NET)
3.45B +/- TOTAL SUPPLY

7. Conclusiones

- Estados Unidos es el **mayor productor de almendra del mundo** (78%). Otros productores relevantes son Australia (7%) y la Unión Europea (8%). La almendra se distribuye en un 33% para consumo doméstico y un 67% consumo de exportación. Entre los destinos de exportación destacan India, España, Alemania, China y Oriente Medio.

- La Almond Board de California representa a los agricultores y a la mayoría de procesadores de California. Esta agrupación apoya la industria desarrollando **demanda internacional** e investigando para **mejorar las prácticas** en agricultura.

- La comunidad de la almendra americana permanece comprometida con unos **objetivos de respeto al medio ambiente** y de promoción de una **producción eficiente y responsable**.

- La Almond Board de California tiene **11 mercados objetivo** en los cuáles existen campañas de marketing. USA, México, Canadá, UK, Alemania, Francia, Italia, India, China, Japón y Corea del Sur

- La **oferta lleva un crecimiento irregular pero sostenido** en el tiempo durante los últimos 15 años. Hay **ciclos de crecimiento de 3 o 4 años** y un posterior descenso el año siguiente. Este año va a ser el 5º en crecida. Ningún otro ciclo de crecimiento ha durado tanto

- Las causas fundamentales de la caída del precio de este año 2020 son que se ha terminando la cosecha 19/20 con un Carrying alto, sumando a **la gran oferta prevista y la incertidumbre** generada por el COVID. Además, no hay que olvidar que el año pasado la cosecha final fue mucho mayor a la prevista y que se estuvo vendiendo mucho a precios muy altos con una gran cosecha que se fue descubriendo mayor a medida que entraba.

Bibliografía

Almond Board of California (2020. Annual Report. California.)

Puede leer el informe completo:

2020 Almond Almanac.pdf (almonds.com)