

La reforma de la OCM y el futuro del olivar

Autores:

JAVIER CALATRAVA REQUENA
LUIS CIVANTOS LÓPEZ-VILLALTA
M.^a DEL CARMEN FUENTES BOL
MANUEL HERMOSO FERNÁNDEZ
ANÍBAL JIMÉNEZ SÁNCHEZ
ANTONIO MARTÍN MESA
ADORACIÓN MOZAS MORAL
MANUEL PARRAS ROSA
JOSÉ JAVIER RODRÍGUEZ ALCAIDE
FRANCISCO JOSÉ TORRES RUIZ
CARLOS TIÓ SARALEGUI
MARINO UCEDA OJEDA

Presentación:

MANUEL PARRAS ROSA

	<u>Pág.</u>
PRESENTACIÓN	17
<hr/>	
EL SECTOR DEL OLIVAR EN EL CONTEXTO DE LAS ECONOMÍAS ESPAÑO- LA, ANDALUZA Y PROVINCIAL. <i>Antonio Martín Mesa.</i>	31
1. Introducción	33
2. El sector del aceite de oliva: escenario internacio- nal y contexto europeo	34
3. El sector del aceite de oliva en España	37
4. El sector del aceite de oliva en Jaén	41
Bibliografía	44
Anexo estadístico	45
<hr/>	
EL OLIVAR EN LOS PROCESOS DE DESARROLLO RURAL: CONSIDERACIO- NES SOBRE SU VALOR ECONÓMICO TOTAL (VET). <i>Javier Calatrava</i> <i>Requena.</i>	53
1. Introducción	55
2. Las externalidades de la agricultura y el valor eco- nómico total de los sistemas agrarios	57
3. El papel multifuncional de la agricultura	59
4. El olivar en el desarrollo rural	62
Bibliografía	74
<hr/>	
LA CADENA AGROALIMENTARIA DE LOS ACEITES DE OLIVA: UNA SÍN- TESIS. <i>Manuel Parras Rosa.</i>	77
1. Introducción	79
2. La cadena agroalimentaria de los aceites de oliva	80
2.1. Estructura del sector primario (sector olivarero)	82

	<u>Pág.</u>
2.2. Sector industrial	85
2.3. La distribución comercial de los aceites de oliva	88
2.4. El consumo de aceites vegetales comestibles en España	97
3. El rol del sector cooperativo en la cadena agroalimentaria de los aceites de oliva	100
4. Conclusiones	106
Bibliografía	109

ESTRUCTURA PRODUCTIVA Y DE TRANSFORMACIÓN DEL OLIVAR ESPAÑOL. *Luis Civantos López-Villalta.*

	113
1. Estructura productiva	115
1.1. Superficie olivarera	115
1.2. Zonas olivareras españolas	117
1.3. Producción de aceite	120
1.4. La productividad del olivar español	121
1.5. La producción española comparada con la de otros países europeos	121
1.6. Otras características del olivar español	122
1.6.1. Edad	122
1.6.2. Densidad	123
1.6.3. Olivar en riego	124
1.6.4. Mecanización de la recolección	125
1.6.5. Necesidades de mano de obra	125
2. Estructura de transformación	126
2.1. Las almazaras	126
2.2. Las envasadoras	128
2.3. Los subproductos de las almazaras	129
2.3.1. El orujo	130
2.3.2. El alpechín	131
Anexo	132

	<u>Pág.</u>
INFLUENCIA DE LA VARIEDAD Y DEL MEDIO AGROLÓGICO EN LA CALIDAD DEL ACEITE DE OLIVA VIRGEN. <i>Marino Uceda Ojeda.</i>	161
1. Introducción	163
2. Factores agronómicos intrínsecos	165
2.1. El medio agrológico	165
2.2. La variedad	165
Bibliografía	174
<hr/>	
INFLUENCIA DE LOS FACTORES DE ELABORACIÓN EN LA CALIDAD DEL ACEITE DE OLIVA. <i>Manuel Hermoso Fernández.</i>	175
1. Objetivos y principios generales	177
2. El olivo	179
3. Operaciones preliminares	182
4. Preparación de la pasta	185
5. Separación de fases sólido-líquido	186
6. Separación de fases líquida	189
7. Almacenamiento	190
8. Consideraciones finales	192
Bibliografía	193
<hr/>	
LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS ACEITES DE OLIVA. LA SITUACIÓN DE LAS COOPERATIVAS. <i>Francisco José Torres Ruiz.</i>	195
1. Introducción	197
2. La comercialización de los aceites de oliva: situación actual	198
3. Las causas	201
3.1. Los problemas de marketing del olivicultor	201
3.2. La cooperativa como solución paradigmática de los problemas de comercialización. Las cooperativas como instrumentos de negociación colectiva	203
3.3. Los problemas de comercialización de las cooperativas oleícolas	206

3.4. La teoría de los negocios de las cooperativas oleícolas	216
4. Reflexiones finales: principios básicos de una estrategia de desarrollo comercial	221
Bibliografía	223

LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS OLIVARERAS COMO ORIGEN DE LA FALTA DE DERARROLLO DEL SECTOR.

<i>Adoración Mozas Moral.</i>	227
1. Introducción	229
2. Estructura social-democrática	231
2.1. Los socios	231
2.1.1. El papel de empresario del socio olivicultor	232
2.1.2. Los socios ¿fuentes de poder?	234
2.2. El consejo rector	237
2.2.1. Funciones del consejo rector	237
2.2.2. Caracterización de los presidentes	238
2.2.3. Postura del consejo rector hacia la delegación del poder	246
3. Estructura empresarial-formal	248
3.1. Puestos de oficina	249
3.1.1. Tipología de puestos encontrados al frente de la estructura empresarial-formal "puestos de oficina"	249
3.1.2. Análisis de la formación que poseen los empleados de "oficina" de las cooperativas olivareras giennenses	252
3.1.3. Análisis de las tareas realizadas por los empleados en las cooperativas olivareras en función de los puestos desempeñados	256
3.2. Personal responsable de la fabricación del aceite	258

	<u>Pág.</u>
4. Conclusiones finales	260
Bibliografía	263
<hr/>	
DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DEL ACEITE DE OLIVA. <i>M.^a Carmen Fuentes Bol.</i>	265
1. Introducción	267
2. Análisis del consumo de aceites	269
2.1. Consumo en hogares	274
2.2. Tipología de consumidores	282
3. La distribución de los aceites de oliva en hogares	285
4. Consumo extradoméstico	289
4.1. Comercialización en hostelería y restauración	292
5. Comercialización a partir de los datos de distribuidores	293
Bibliografía	296
<hr/>	
LA ORGANIZACIÓN COMÚN DE MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA: INSTRUMENTOS DE REGULACIÓN. <i>Aníbal Jiménez Sánchez.</i>	297
1. Introducción	299
2. ¿Qué es una organización común de mercado OCM?	300
3. Mecanismos de regulación	301
4. La OCM del sector de las materias grasas	301
4.1. Regulación específica del aceite de oliva	301
4.1.1. Sistema de precios	307
4.1.2. Sistema de ayudas	308
4.1.3. Régimen de intercambios con terceros países	312
5. El pasado, presente y futuro de la adhesión de España. Evolución histórica	313
5.1. La política oleícola previa a la adhesión	313
5.2. Desde la adhesión hasta nuestros días	314

6. Consecuencias de la integración en la CEE en el sector oleícola español. Las cifras del sistema de regulación	321
6.1. Los oleicultores	322
6.2. Las almazaras	322
6.3. Envasadoras	323
6.4. Orujeros	323
6.5. Exportadores	324
6.6. Consumidores	324
7. Beneficios de la aplicación de la OCM del aceite de oliva	325

EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES DE ACEITES DE OLIVA Y ESTRATEGIAS COMERCIALES. <i>Manuel Parras Rosa.</i>	331
1. Introducción	333
2. El comportamiento de los consumidores de aceites vegetales comestibles	336
2.1. Aceites consumidos	336
2.2. Uso de los aceites	340
2.3. Factores más valorados en la decisión de compra de aceites	342
2.4. Conocimiento de la existencia del aceite de oliva virgen	344
2.5. Imagen que de los aceites poseen los responsables de compra de alimentos en el hogar	344
3. Estrategias comerciales: algunas reflexiones	346
4. Conclusiones	351
Bibliografía	353

EVALUACIÓN DE LAS POSIBLES REPERCUSIONES DE LA REFORMA DE LA OCM SOBRE EL SECTOR OLEÍCOLA. <i>José Javier Rodríguez Alcaide.</i>	355
1. Posibles escenarios de la reforma	357
2. Definición de salidas de la reforma	359

	<u>Pág.</u>
2.1. Reforma no deseada: "Escenario de gran Shock"	359
2.1.1. Reacciones a las fuerzas o vectores del escenario	359
2.2. Reforma deseada: "Escenario de continuidad"	361
2.2.1. Reacciones a los vectores del escenario	361
2.3. Escenario probable	362
2.3.1. Reacciones a los vectores del escenario	363

ESCENARIOS DE FUTURO DE LA POLÍTICA OLEÍCOLA. <i>Carlos Tió Saralegui.</i>	365
1. El marco económico internacional	367
2. La reforma de las políticas agrarias	369
3. Las reformas pendientes	371
4. La problemática oleícola	375
5. El planteamiento del actual reforma de la OCM	378
6. Un escenario de futuro basado en la modernización del sector	381

PRESENTACION

Desde que el pasado año apareciera el documento de propuesta de reforma de la Organización Común de Mercado (OCM) de las materias grasas -más conocida como la OCM del aceite de oliva-, elaborado por la Comisión Europea, en el que se contemplaba la sustitución de la ayuda a la producción por una ayuda al árbol, surgieron manifestaciones en contra del mismo desde las distintas administraciones y organizaciones representativas del sector, con el objetivo de frenar la reforma propuesta en el documento, porque se entendía que era perjudicial para los intereses españoles. Posteriormente, un conjunto de acontecimientos, todos ellos con epicentro en la modificación de la actual OCM y su influencia sobre el futuro del sector oleícola se han venido sucediendo. Los medios de comunicación, por otro lado, se han hecho eco ampliamente de todo cuanto acontecía relacionado con la reforma de la OCM. Probablemente, en ninguna otra ocasión, el hecho de la modificación de una Organización Común de Mercado ha tenido tanta repercusión fuera del ámbito de un determinado sector como la está teniendo la del aceite de oliva.

La oposición a la propuesta de reforma ha sido unánime, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Comunidades Autónomas, productores, organizaciones profesionales y sindicales, etc., han formado un grupo compacto en defensa de los intereses de los productores españoles.

Esta fuerte oposición provocó que el 7 de septiembre de 1996, la Comisión decidiera, en reunión de Jefes de Gabinete de los Comisarios, paralizar la aprobación de la propuesta sobre la reforma de la OCM del aceite de oliva, con el fin de proceder a una

reflexión más profunda. Se encargó a los Servicios Técnicos de la Comisión que estudiaran a fondo si estaba justificada la necesidad de la reforma de la OCM actual y, en todo caso, que llevaran a cabo un análisis económico más detallado del sector. Este análisis debería contemplar las distintas alternativas posibles y valoración de las mismas para proponer una solución que sea aceptable para todos los sectores interesados.

El nuevo documento que el Comisario Fischler habría de presentar tendría que contemplar dos opciones: el mantenimiento de la ayuda a la producción y la incorporación de la ayuda al árbol. El pasado día 12 de febrero, el Ejecutivo de la Unión Europea aprobó el documento de reflexión sobre la reforma de la OCM del aceite de oliva -el denominado *documento de opciones*.

Sin embargo, acontecimientos posteriores en contra del propio documento de opciones, originados por la posibilidad de una ayuda a la producción contingentada por países, que no beneficia a España, debido a que se contempla una cantidad de producción con derecho a ayuda no acorde con la producción española real ni con las expectativas futuras, han provocado que el Comisario de Agricultura, señor Fischler, haya anunciado una nueva propuesta de reforma para el mes de noviembre, una vez conocido el dictamen del Parlamento Europeo que se producirá entre los meses de octubre y noviembre.

A mi juicio, la actual OCM ha servido para que el olivar español sea más eficiente y los aceites de oliva producidos de mayor calidad que hace años -aunque en este terreno queda aún un largo trecho por recorrer- debido, sobre todo, a la modernización de las almazaras. Y este último aspecto es relevante porque la apuesta por la calidad de los aceites de oliva es una cuestión irrenunciable para el desarrollo del sector, tanto más cuando las ayudas tienden a disminuir, algo que va a ocurrir, se modifique o no la vigente OCM.

La Comisión Europea esgrime una serie de argumentos por los que considera necesaria la reforma de la actual OCM. En pri-

mer lugar, menciona la necesidad de simplificar los mecanismos y evitar el fraude, para lo que propone ayuda al árbol, “porque el número de árboles es más fácil de controlar”. Además, la Comisión argumenta que ha resultado imposible controlar la multitud de almazaras existentes.

El fraude proviene fundamentalmente del mecanismo de distinta ayuda a la producción para los pequeños productores y el resto. En efecto, los pequeños productores cobran a tanto alzado en función del número de olivos y se estima que han producido una cantidad determinada de aceite que es la que se tiene en cuenta a efectos de estimar la cantidad con derecho a ayuda. Sin embargo, los pequeños productores pueden vender su aceituna a un determinado operador que la declara como propia y esta producción cobra la ayuda dos veces. Por esto, se sobrepasa muchos años la cantidad máxima garantizada cuando las cosechas no han sido muy elevadas en los países productores. Es evidente que con la ayuda al árbol se evitaría este fraude, pero también con la ayuda a la producción real para todos los productores, eliminando la distinción entre pequeños y no pequeños productores. Esto evitaría gran parte del fraude y las cifras de producción serían más acordes con lo producido realmente. Se mantendrían, además, los incentivos para producir y los productores verían sus esfuerzos recompensados. Sería de plantearse, así, una OCM mejorada.

Sin embargo, hay un grave problema para los intereses españoles que surge de la posibilidad -cada vez más fuerte- de que la cantidad máxima garantizada sea contingentada por países. Se trata, en este caso, de asignar a cada país productor una cantidad máxima de referencia. En este caso, para España, se baraja una cantidad en torno a las 600.000 toneladas, una cifra alejada de las producciones reales de España en condiciones normales. Esta pasada cosecha ya se han producido más de 900.000 toneladas y cuando las nuevas plantaciones empiecen a producir a pleno rendimiento esta cifra se elevará. Sin embargo, para Italia, donde las producciones con derecho a ayuda de todos los años son muy