

**LA POLÍTICA AGRARIA COMÚN (PAC) Y EL
EMPLEO EN EL SECTOR OLEÍCOLA ANDALUZ**



2003

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	6
1.1.	Objetivos del estudio	6
1.2.	Metodología del estudio	6
2.	ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LA COMUNIDAD ANDALUZA	10
2.1.	Introducción.....	10
2.2.	Entorno poblacional.....	11
2.2.1.	Territorio.....	11
2.2.2.	Población	12
2.3.	Educación	13
2.3.1.	Mercado de trabajo	13
2.4.	Magnitudes económicas de Andalucía	17
2.4.2.	Crecimiento económico.....	30
2.5.	El mercado laboral en Andalucía.....	33
2.6.	Comercio	35
2.6.1.	El comercio minorista.....	35
2.6.2.	El auge de las franquicias	38
2.6.3.	Hipermercados.....	40
2.6.4.	El comercio exterior en Andalucía	40
2.6.5.	Las importaciones.....	41
2.7.	Mercado Financiero de Andalucía.....	43
2.7.1.	Instituciones de Crédito.....	44
2.7.2.	Tipos de interés.....	48
2.8.	Sector turístico.....	49
2.8.1.	Crecimiento hotelero	51
2.9.	El sector primario	52
2.9.1.	Agricultura.....	52
2.9.2.	La Ganadería en Andalucía	59
2.9.3.	La pesca	60
2.10.	Economía social.....	66
2.10.1.	Las cooperativas, factor clave en el campo andaluz.....	69

3.	CONSIDERACIONES SOBRE EL SECTOR OLEÍCOLA.....	70
3.1.	Introducción.....	70
3.2.	Olivicultura Española	72
3.3.	Situación actual	74
3.4.	Tecnología extractiva	76
3.5.	Breve introducción de la olivicultura	80
3.5.1.	Descripción del cultivo del olivo.....	80
3.5.2.	Principales actuaciones necesarias para el cultivo del olivo	81
3.5.3.	Consideraciones medioambientales.....	82
3.6.	Calidades del aceite de oliva	83
3.6.1.	Calidades de aceite de oliva	84
3.6.2.	Clasificación de los aceites.....	85
3.7.	Estrategias Comerciales.....	87
4.	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNACIONAL DEL SECTOR OLEÍCOLA	90
4.1.	Cifras Mundiales del aceite de oliva	90
4.1.1.	Previsiones de producción de aceite de oliva para la presente campaña 2002/2003 en los países Mediterráneos.....	92
4.2.	Producción y situación del mercado en la UE.....	94
4.2.1.	Italia.....	94
4.2.2.	Grecia	95
4.2.3.	Portugal.....	96
4.2.4.	Francia	97
4.2.5.	España.....	98
4.2.6.	Tendencias del sector en la Unión Europea.....	103
4.2.7.	Aceitunas de mesa	105
4.2.8.	Promoción del aceite de oliva y las aceitunas de mesa.....	106
4.3.	Publicado el importe del anticipo para el aceite de oliva producido en la campaña 02/03	107
4.3.1.	La Ayuda en España.....	108
5.	EL SECTOR OLEÍCOLA EN ANDALUCIA.....	109
5.1.	Introducción.....	109

5.2. Caracterización del olivar andaluz	116
5.2.1. Tamaño de la explotación.....	116
5.2.2. pendiente media de las explotaciones.....	118
5.2.3. Régimen de cultivo.....	119
5.2.4. Olivos de nueva plantación	121
5.2.5. Producción Kg aceituna por hectárea	123
5.3. Tipología de las explotaciones de olivar	125
5.3.1. Tradicional de secano con pendiente alta.....	125
5.3.2. Tradicional de secano con pendiente moderada.....	127
5.3.3. Tradicional de regadío	128
5.3.4. Olivar intensivo	129
5.3.5. La relación de los olivicultores con las administraciones	130
5.4. Rentabilidad del sector oleícola.....	133
5.4.1. Costes e ingresos	133
5.4.2. Ayuda de la PAC	135
5.4.3. Análisis de la actual OCM.....	135
5.4.4. La comercialización de los productos derivados del cultivo del olivo.....	137
5.4.5. Posibles repercusiones de la PAC en el empleo andaluz.....	139
5.5. El sector oleícola y el medio ambiente:.....	144
5.5.1. Medio ambiente, estructuras, desarrollo rural	144
5.5.2. El olivar de producción ecológica	146
6. PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR OLEÍCOLA EN ANDALUCÍA.....	148
7. EL EMPLEO EN EL SECTOR OLEÍCOLA ANDALUZ	156
7.1. antecedentes	156
7.2. El empleo ligado al olivar.....	159
8. LA POLITICA AGRARIA COMÚN:EVOLUCIÓN, REFORMAS ANTERIORES Y LA ACTUAL PROPOSICIÓN.....	162
8.1. Introducción.....	162
8.2. Aspectos Económicos.....	165
8.3. Obligaciones derivadas del GATT	167

8.4. Consumo y consideraciones culturales.....	168
8.5. Factores medioambientales	169
8.6. Promoción.....	171
8.7. Controles y fraudes.....	173
8.8. Situación anterior a la reforma de 1998.....	177
8.9. Resumen de la evaluación de los impactos de las principales medidas de la OCM en el sector del aceite de oliva tras la reforma de 1998.....	178
8.9.1. Aumento en la producción y en la demanda.....	180
8.9.2. La ayuda a la producción desempeña un papel importante en la composición de los ingresos de las exportaciones agrícolas	182
8.9.3. Recomendaciones	184
8.10. Propuesta intermedia de reforma.....	187
9. CONCLUSIONES FINALES	196
9.1. Situación actual del sector	196
9.2. Efectos del cambio	198
9.3. Repercusiones sobre el empleo	200
9.4. Necesidades y demandas ante el cambio.....	201
BIBLIOGRAFÍA	203

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Objetivos del estudio

Los objetivos generales del estudio son los siguientes:

- Analizar el sector oleícola andaluz y sus oportunidades de empleo como consecuencia de la última reforma llevada a cabo por la Dirección Gral. de Agricultura de la UE.
- Valorar las consecuencias que se derivan de esta reforma en el sector agrario andaluz en el ámbito oleícola.
- Percepción de los cambios que se originan en el sector por la ampliación de mejoras tecnológicas y medioambientales.
- Necesidades y demandas de los empresarios del sector. Cuales son los instrumentos que han de mejorar su situación.
- Proyecciones de futuro.

Evaluar el impacto de la reforma de las Política Agraria Común concretamente en el olivicultivo y las consecuencias sobre el empleo en el sector oleícola andaluz.

Hay que estimar el alcance de las ayudas, actualmente vigentes, y la contribución futura para corregir los posibles efectos negativos que reduzcan el empleo en el sector oleícola a medio plazo.

1.2. Metodología del estudio

Dado el marco del presente estudio la técnica propuesta para abordar el campo cualitativo fue el Grupo de Discusión y Entrevistas en profundidad.

Se plantearon dos grupos, a saber:

GRUPO A: Formado por empresarios agrícolas del sector oleícola andaluz de la zona de Antequera.

GRUPO B: Formado por empresarios agrícolas e industriales del sector oleícola andaluz de diversas comarcas andaluzas.

En estos grupos, los temas no son introducidos de manera directa ni se formulan preguntas cerradas, procurándose que los participantes sean quienes vayan estructurando el contenido y el orden de las ideas.

Interesa descubrir bajo qué formas perciben el tema, qué piensan y valoran, bajo qué preguntas tácitas de su propia manera de pensar organizan su sensibilidad, consideraciones y actitudes sobre el tema investigado.

Se realizarán las cuatro siguientes entrevistas en profundidad:

- Secretario del Consejero de Agricultura y Ganadería de la Junta de Andalucía.
- Asesor responsable del área oleícola de la Consejería de Agricultura y Ganadería de la Junta de Andalucía.
- Empresario industrial de la Provincia de Puente Genil, Provincia de Córdoba.
- Subdirector Gral. de Materias Grasas y Cultivos Industriales Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

La entrevista en profundidad, consiste en un diálogo cara a cara directo y espontáneo, de una cierta concentración e intensidad entre el entrevistado y el profesional que orienta el discurso lógico y afectivo de la entrevista de forma más o menos guiada.

En la elaboración del entrevistado de su propio discurso, el profesional aspira a “leer” en todas sus dimensiones y niveles, únicamente las coordenadas motivacionales, más que las características individuales del entrevistado.

Las reuniones, al igual que las entrevistas, fueron grabadas y posteriormente transcritas de forma literal y completa. Dichos materiales constituyen la base para el análisis y elaboración del informe.

El guión utilizado para los grupos de discusión fue:

- 1.- Situación actual del sector en Andalucía. (Desarrollo actual en el ámbito de infraestructura, de productividad y competitividad nacional e internacional, desarrollo del empleo, inversiones, cultura empresarial emprendedora, conservadurismo, paternalismo...).
- 2.- Influencia del cambio en la aplicación del PAC en el sector.
(Qué cambios habrá, cómo se han de dar, frenos a la producción, motivaciones para buscar mejoras, posibilidades de alianzas, cambios estructurales, en la organización del sector, en el comercio, en el intercambio...).
- 3.- Repercusiones sobre el empleo. (Cambios en el tipo de empleo, en la demanda, en la oferta, en el perfil profesional, en la localización, actividades que sufrirán más, efectos en el ámbito de la población, a nivel local o comunitario.)
- 4.- Necesidades y expectativas de futuro. (Necesidad de apoyos locales, administración, gobierno central, tipo de apoyo, ayuda, subvenciones, cambios en el discurso, cambios en la actividad, reciclaje, formación, reconversión del sector...).

El guión utilizado en las entrevistas fue:

- a. Situación actual del sector oleícola en Andalucía. (Nivel de empleo. Nivel de desarrollo. Cuál es su estructura empresarial. Y su infraestructura productiva.).
- b. Comparándolo con el de los otros países de la UE, cómo valora su grado de competitividad y rentabilidad.

- c. Nivel de comercio y penetración en los mercados internacionales? Cómo lo valora? En qué países?
- d. Cómo ha de influir el cambio en la aplicación del PAC en el sector.
- e. Cree que habrá creatividad empresarial capaz de innovar fórmulas alternativas?
- f. Cómo cree que ha de repercutir sobre el empleo.
- g. Posibles cambios en la demanda y en el perfil profesional.
- h. Cómo repercutirá a nivel social local? Regional? Y en general?
- i. Qué necesidades han de surgir entre los empresarios y entre los trabajadores?
Y qué proyectos?
- j. Cree que la administración tiene algo previsto?

2. ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO DE LA COMUNIDAD ANDALUZA

2.1. Introducción

Andalucía lleva más de un lustro creciendo por encima de la media nacional. También ocurrió en 2002, un ejercicio marcado por una fuerte desaceleración económica internacional que hizo caer el PIB nacional desde el 2,7% de 2001 al 2% registrado en 2002.

La economía andaluza supo esquivar con más soltura esta crisis como lo demuestran el hecho de que sólo redujo su crecimiento en unas décimas, desde el 3,5% de 2001 al 3% en 2002.

Estos datos revelan que el sur se va acercando a las ricas regiones del norte, reduciendo el tradicional diferencial que le separa de otras zonas más industrializadas, aunque sigue haciéndolo pasito a pasito. Si esta región quiere abandonar los puestos de furgón de cola, debe crecer con más fuerza. Todavía sigue siendo muy escasa la diferencia de crecimiento de Andalucía respecto a España, lo que impide que la comunidad pueda abandonar los últimos puestos en términos de renta per cápita. Como muestra, un botón. En 2002, el PIB per cápita andaluz fue equivalente al 73,46% de la media nacional, casi idéntico porcentaje al que alcanzaba en 1995, es decir, que en términos de convergencia prácticamente no ha avanzado, lo que la ha mantenido en el penúltimo puesto de ránking de comunidades.

Si se analiza el comportamiento de la economía andaluza por sectores resulta que a diferencia de lo que ocurrió en España, todos contribuyeron de forma positiva al crecimiento del PIB. El sector primario y la construcción registraron las mayores tasas de crecimiento, en contraste con el descenso de la agricultura en España y de la construcción en la eurozona. Mucho más vulnerable a la crisis fue el sector servicios, aunque el turismo andaluz supo sortear con más facilidad la desaceleración. El verdadero afectado fue el sector industrial, cuya debilidad quedó patente un año más.

La economía andaluza sigue basando su crecimiento en los servicios y en la agricultura, aunque los proyectos industriales que se esperan en esta región permiten ser optimistas. Si se aprovechan bien pueden sacar del letargo al sector industrial y convertirlo en unos de los motores de la economía. Se refiere al ensamblaje del A400M y a la construcción de parte del A-380, que supondrán millonarias inversiones y miles de empleo para Andalucía, acostumbrada hasta ahora a que las inversiones vinieran del turismo y el comercio, que el último año se vio afectado por una drástica moratoria comercial.

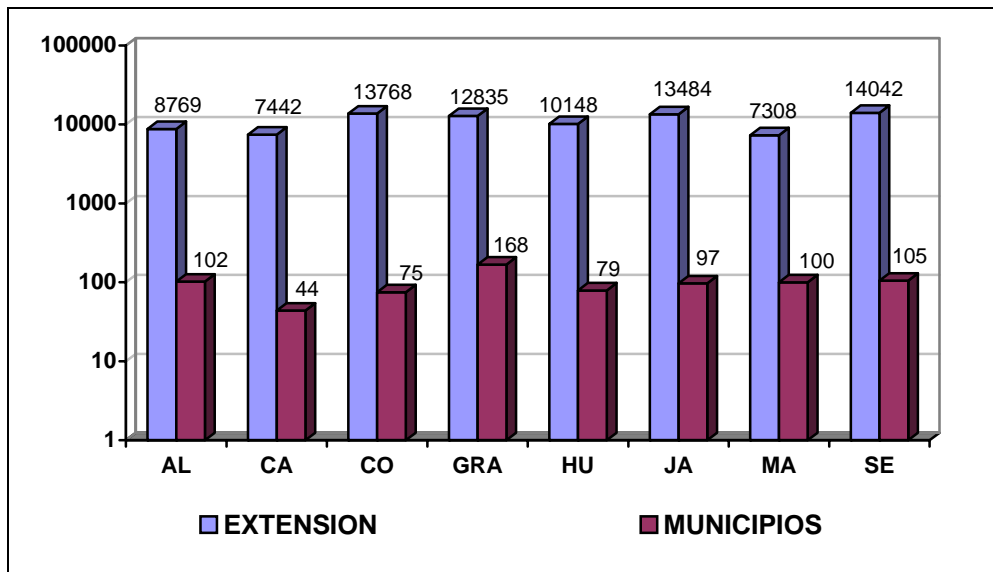
Falta le hacen al empleo grandes proyectos industriales. Las cifras de 2002 no son muy alentadoras y de las mismas se deduce que el empleo y el paro siguen siendo la gran asignatura pendiente de Andalucía. Aunque en 2002 la ocupación creció un 1,8%, en 2001 lo hizo en el 5%. El aumento del empleo no fue suficiente para absorber el aumento de la población activa, lo que provocó una nueva subida de la tasa de paro, que a finales de 2002 quedó en el 20,19%, la más alta de España. La solución a este gran problema se resume en pocas palabras: más empresas que creen más empleo.

2.2. Entorno poblacional

2.2.1. Territorio

La extensión territorial de Andalucía es de 87.597 km² que se distribuyen en ocho provincias y 770 municipios según muestra el gráfico adjunto.

Extensión (km²) y municipios de las provincias andaluzas

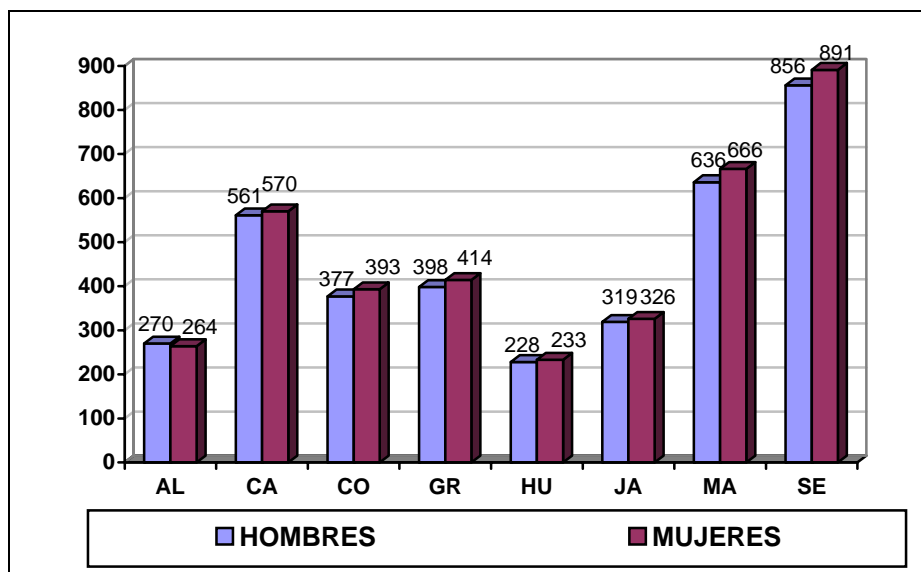


Fuente: IEA. Andalucía. Datos básicos 2.002

2.2.2. Población

La población andaluza es de 7.403.968 personas, de las cuales el 50,74% son mujeres y el resto hombres. Supone esta población el 18 % de la población española. Su distribución, por sexos y provincias se resume en el cuadro adjunto.

Distribución de la población andaluza por provincias (en miles de personas)



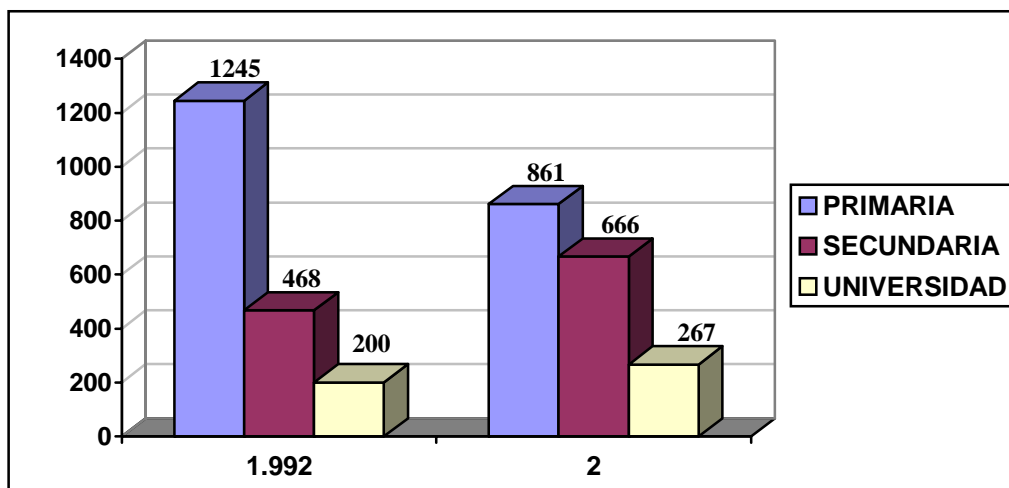
Fuente: IEA. Andalucía. Datos básicos 2.002

La pirámide de población se va reduciendo en la base debido a la baja natalidad y ensanchando en las zonas correspondientes a edades superiores a los 35 años. El saldo migratorio en el año 2.000 fue de -7.227 personas (diferencia entre inmigrantes y emigrantes) con una tasa neta de $-0,98\%$. El indicador de fecundidad en Andalucía es del $1,34\%$, superior a la media española ($1,23\%$).

2.3. Educación

El alumnado matriculado en los distintos niveles educativos ha pasado, en la Comunidad Autónoma Andaluza, de 1.913.000 alumnos en 1.992 a 1.694.000 alumnos en 2.002, lo que supone una disminución de un 12% . Esta variación es selectiva, por cuanto el número de alumnos matriculados en facultades universitarias aumentó en un 16% , mientras que los alumnos matriculados en los niveles inferiores (Infantil, Especial, EGB, Adultos) bajaron en más de un 30% .

Evolución de alumnos matriculados por niveles educativos (en miles de alumnos)



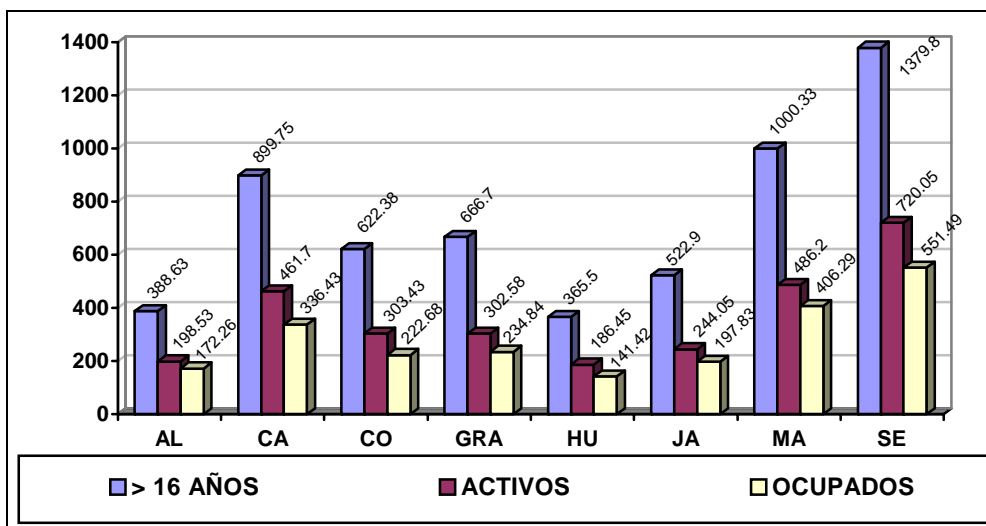
Fuente: Consejería de Educación y Ciencia, 2002

2.3.1. *Mercado de trabajo*

En Andalucía la población de mayores de 16 años alcanza la cifra de 5.845.980 personas, lo que supone un $17,75\%$ de la cifra nacional. La población activa es de

2.905.680 personas, un 17,11% de la nacional. De esta cifra el porcentaje de ocupación es del 77,89% frente al 86,96% del total nacional. La distribución por provincias es:

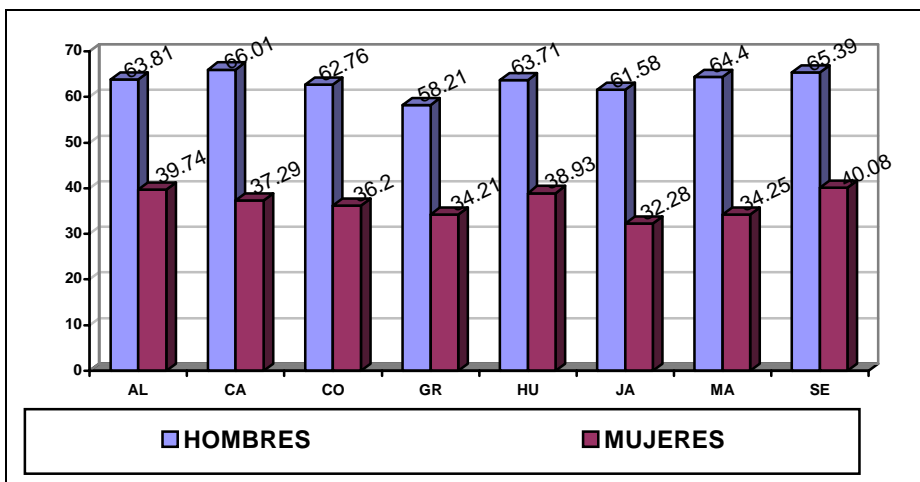
Población activa y ocupada (en miles de personas)



Fuente: INE. Encuesta de Población Activa. Media año 2.001

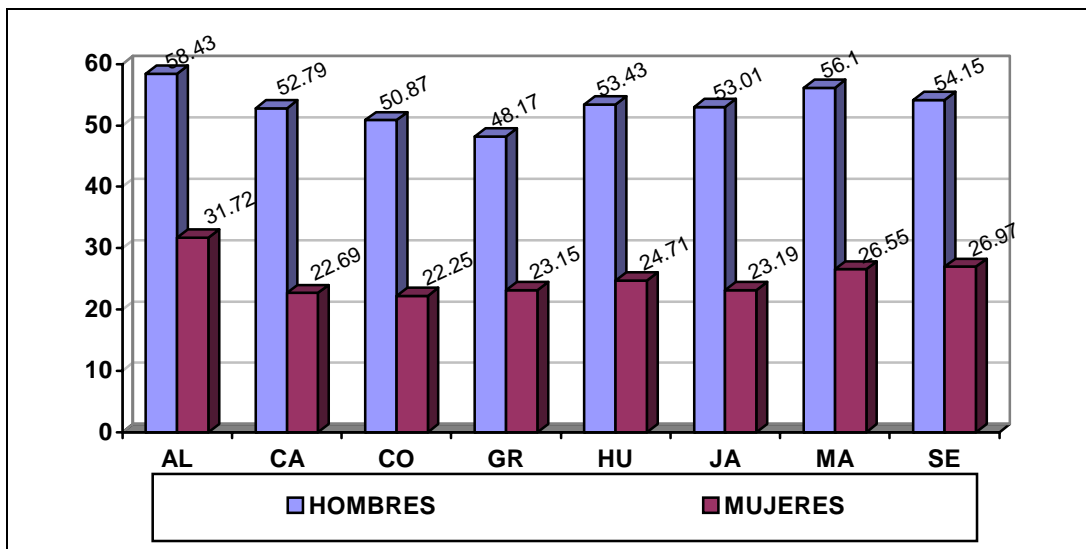
La tasa de actividad en Andalucía es del 49,70% frente al 51,55% nacional, diferencia no muy sensible. Sin embargo la tasa de empleo es del 38,71% mientras que la nacional es del 44,84%. La tasa de paro andaluza es del 22,11% y la española del 13,03%. Los siguientes gráficos muestran la distribución de estos indicadores por provincias y sexos.

Tasas de actividad en Andalucía (Activos / Mayores de 16 años)



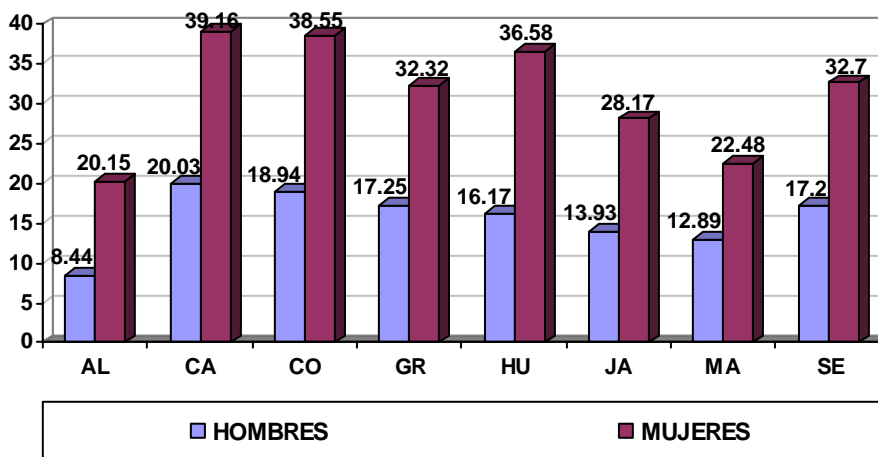
Fuente: INE. Encuesta de Población Activa, 2001

Tasas de empleo en Andalucía (Ocupados / Mayores de 16 años)



Fuente: INE. Encuesta de Población Activa, 2001

Tasas de Paro en Andalucía (Parados / Activos)

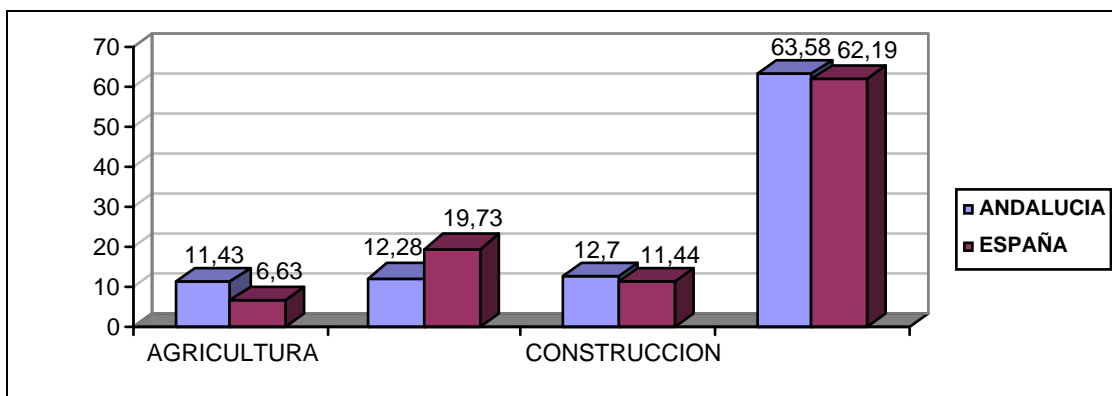


Fuente: INE. Encuesta de Población Activa, 2001

Resaltan, pero no sorprenden, las diferencias entre hombres y mujeres que son mayores en Andalucía que en la media nacional. Cádiz es la provincia con mayor tasa de paro, siendo la única provincia litoral que supera la media andaluza.

El porcentaje de ocupación, por sectores, y su comparación con la media española se refleja en el cuadro adjunto. A destacar una menor ocupación en el sector industrial que se compensa con un porcentaje de casi el doble que el nacional en el sector primario y porcentajes de ocupación ligeramente más altos en construcción y servicios.

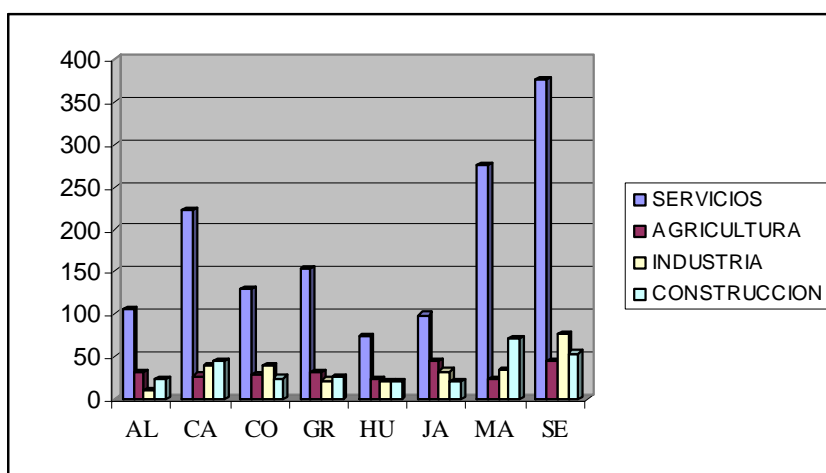
Ocupación por sectores en Andalucía y España (porcentajes)



Fuente: INE. Encuesta de Población Activa, 2001

Por provincias Almería y Jaén presentan la mayor tasa de ocupación en agricultura y Málaga y Sevilla la mayor tasa de ocupación en servicios. El sector de la construcción presenta una mayor importancia en las provincias en las que el turismo es más importante.

Población ocupada por sectores en Andalucía (en miles de personas)



Fuente: INE. Encuesta de Población Activa, 2001

2.4. Magnitudes económicas de Andalucía

La crisis económica iniciada durante el año 2000 y que ha continuado en los posteriores 2001 y 2002 ha afectado gravemente al crecimiento económico de Andalucía. No obstante, esta comunidad alcanzó un crecimiento superior al nacional situándose como segunda región nacional, tras la C. Valenciana, con tasas de crecimiento superiores. Asimismo, registró la mayor tasa de disminución de desempleo y tasas elevadas de crecimiento de la ocupación. Sin embargo este ritmo de crecimiento no es suficiente para converger rápidamente con España, por lo que sigue siendo una de las regiones más pobres de España y Europa. El necesario incremento de este ritmo pasa por un aumento de la competitividad, de la productividad y del mejor aprovechamiento de los recursos humanos de la comunidad.

A lo largo del ejercicio económico de 2002, la economía mundial se ha visto envuelta en un proceso de clara desaceleración económica, cuyas primeras manifestaciones se apuntaban ya a finales de 2000. Las causas explicativas de esta desaceleración económica a escala mundial hay que situarlas en un conjunto de disfunciones económicas que se han ido acumulando a lo largo de todo el periodo de gran crecimiento de la economía mundial, al que se añade a los efectos reales y psicológicos del atentado del 11 de septiembre, que ha convulsionado el panorama socioeconómico mundial.

La economía española no ha permanecido al margen de los acontecimientos mundiales, y al igual que en el resto de las economías desarrolladas, la desaceleración económica ha sido patente desde el segundo semestre de 2000, con una tendencia a la contención a principios de 2002. Así, si la media anual de crecimiento del VAB a precios básicos del año 2000 fue de casi un 5% de acuerdo con las estimaciones realizadas por FUNCAS, a lo largo de 2001, este crecimiento era de un 3,12% y del 2% en el año 2002, aún así por encima de la media europea que se ha situado en el 0,8%, según Eurostat. Para el año 2002.

Según datos de la Contabilidad Trimestral que elabora el Instituto Estadístico de Andalucía el Producto Interior Bruto Andaluz creció un 3% en términos reales un punto más que la media española y 2,2 puntos por encima de la Zona Euro.

- ***El PIB en Andalucía***

Con este resultado, la economía andaluza ha seguido aumentando su participación relativa en el conjunto nacional y en la Eurozona, alcanzando en 2002 el 14,2% y el 1,3% respectivamente.

En términos nominales, el PIB de Andalucía se ha situado en el nivel de 96.414,9 millones de euros, con un crecimiento del 6,8% respecto al año anterior.

Este crecimiento del PIB se ha producido en un contexto demográfico caracterizado por un aumento de la población andaluza. Según el Padrón Municipal de Habitantes la población en Andalucía asciende a 7.478.432 habitantes con fecha 1 de enero de 2002, superando en un 1% el nivel del año anterior.

Con ello en 2002, el PIB per cápita en Andalucía se sitúa en 12.892,4 euros lo que supone el 77,7% de la media nacional y un avance del 0,7 puntos porcentuales respecto al nivel del año precedente.

Este crecimiento hay que situarlo en un entorno internacional caracterizado por la continuidad de la trayectoria de desaceleración que se puso de manifiesto en el ejercicio anterior, y que ha afectado a Andalucía en menor medida que a sus economías de referencia. La economía andaluza ha pasado de crecer un 3,6% en 2001 a un 3% en 2002, es decir, 0,6 puntos menos mientras que tanto en España como en la zona Euro la pérdida de ritmo de crecimiento ha sido de 0,7 puntos.

Desde el punto de vista de la oferta, el crecimiento de la economía andaluza, ha destacado por su carácter equilibrado, descansando en la contribución positiva de

todos los sectores productivos, lo que no ha sucedido en la economía española ni en la Eurozona.

Desde el punto de vista de la demanda, y en su vertiente interna, el consumo ha seguido presentando tasas positivas, aunque algo más moderadas que en el ejercicio anterior; junto a ello en la inversión, al dinamismo mostrado por la destinada a construcción, se ha unido una cierta recuperación de la de bienes de equipo. En la vertiente externa, la nota más destacable ha sido la significativa reducción del déficit de la balanza comercial de Andalucía con el extranjero, inferior en un 60% al contabilizado en el ejercicio anterior, muy por encima del descenso experimentado a nivel nacional (-2,4%).

Datos socioeconómicos en Andalucía

	Andalucía		España	
	2001	2000	2001	2000
Crecimiento del VABp.b.	3,78		3,12	
• Agricultura	1,05	4,60	0,44	3,30
• Industria	1,96	4,30	2,11	4,9
• Construcción	9,53	12,06	7,27	9,8
• Servicios	3,79	6,70	3,11	4,40
Tasa de Actividad	51,04	50,54	53,31	53,13
Tasa de Paro	18,51	19,70	11,24	11,77
Variación de la productividad	0,34		0,62	

Fuente: Número especial de la Economía Andaluza del diario ABC: "Economía Andaluza, un año de transición", julio 2.002

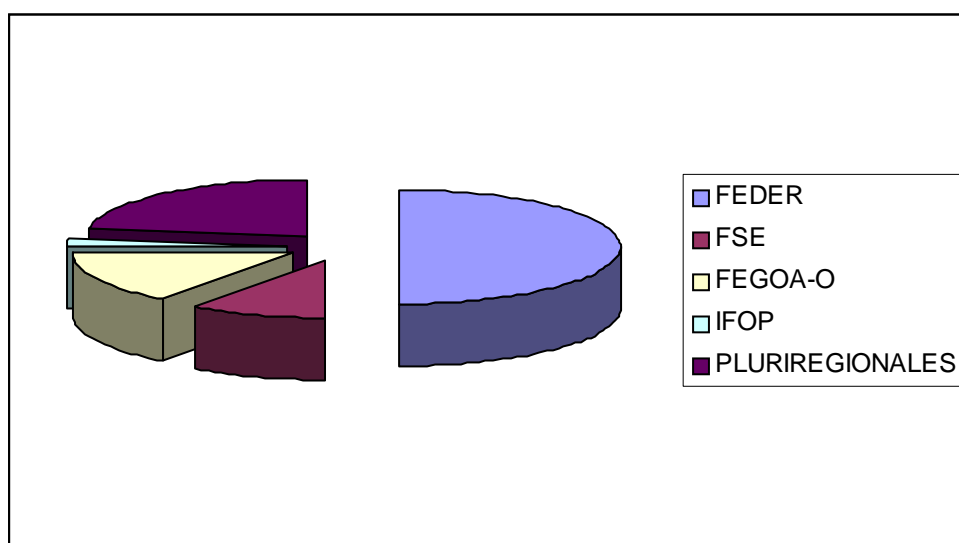
Andalucía sufrió asimismo una notable desaceleración económica en 2001, que de acuerdo con los datos presentados recientemente por FUNCAS, pasó de registrar una tasa de crecimiento de su VABp.b. en 2000 del 6,64% a tan sólo una tasa de crecimiento del 3,78%. Perdiendo casi tres puntos; lo que implica que el crecimiento andaluz fue en 2001 tan sólo el 43% del registrado en 2000. Esta desaceleración económica superior a la nacional, no impidió sin embargo que Andalucía siguiera creciendo por encima de la media española, colocándose como la segunda autonomía española en crecimiento del VAB, tan sólo por detrás de la C. Valenciana que alcanzaba una tasa del 4,07%. Eso sí, con diferencias de crecimiento respecto a la media nacional

sensiblemente inferiores a la del año anterior, pues tan sólo en esta ocasión lograba superar al crecimiento nacional en 0.66 puntos.

Tanto en Andalucía como en España, todos los grandes sectores de la economía se vieron afectados por la desaceleración económica, siendo el sector agrícola el que registró un descenso más acusado en su tasa de variación del VAB respecto a la registrada en el año anterior. Fue asimismo el sector andaluz que tuvo la menor tasa de crecimiento en 2001, aun cuando superó notablemente a la registrada en el resto nacional.

En 2002, el sector andaluz que registró tasas de crecimiento más elevadas fue una vez más el de la construcción, que con una tasa superior a la nacional fue de 9,53 puntos, lo que demuestra que este sector sigue siendo el que empuja significativamente la economía andaluza, y ello a pesar de haber descendido fuertemente su crecimiento desde el año anterior. El sector servicios andaluz superó levemente al nacional, con una tasa del 3,79%, inferior a la nacional, que alcanzó una tasa del 2,11%. Lo que agudiza la debilidad del sector industrial andaluz, que está en la región, tanto en términos de VAB como de empleo, está escasamente representado. Así el sector industrial apenas representa el 14% del VAB generado en la región, frente al 22% generado en España, y ocupa tan sólo al 11% de su población empleada, frente al 19% que emplea.

Origen de fondos estructurales andaluces



Fuente: Número especial de la Economía Andaluza del diario ABC: "Economía Andaluza, un año de transición", julio 2.002

- ***Descenso de exportaciones***

La desaceleración económica también se aprecia en el ámbito de las relaciones internacionales, siendo a finales de 2002 tanto las exportaciones como las importaciones andaluzas inferiores a las del año anterior, empeorándose asimismo la tasa de cobertura, al descender de forma más pronunciada las exportaciones que las importaciones. Los datos presentados por el IEA muestran que mientras las importaciones en Diciembre de 2002 fueron un 5% inferiores a las del año anterior, las exportaciones descendieron un 19%; siendo además esta caída superior a la que experimentaron las exportaciones españolas, que tan sólo descendieron un 9%. Esta evolución desfavorable de las exportaciones en Andalucía empeora la balanza comercial andaluza, que disminuye además la participación regional en estas variables que ya de por sí es reducida; lo que pone de manifiesto una escasa participación de la comunidad en las relaciones internacionales, motivada entre otras cosas por su reducida competitividad y orientación a los mercados internacionales.

- ***Lenta convergencia***

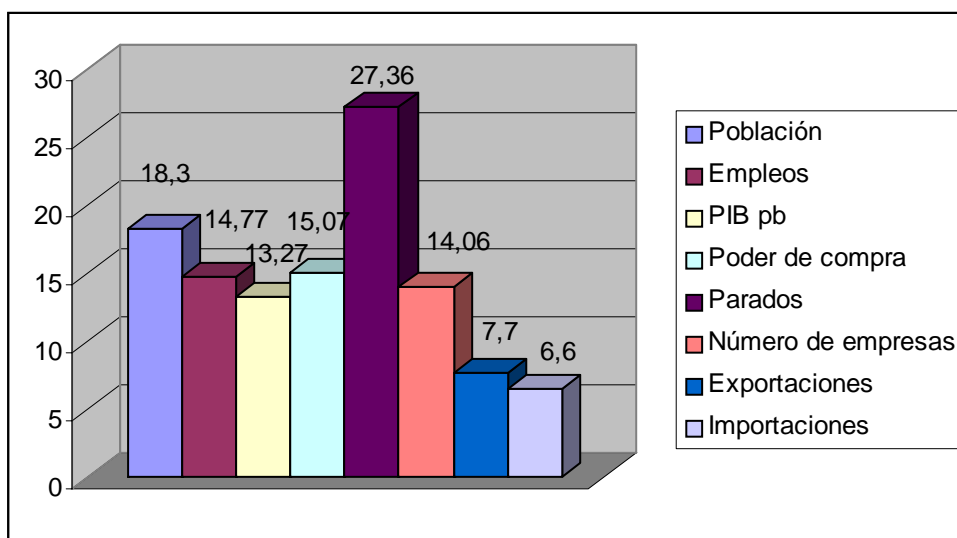
A pesar de que Andalucía ha venido creciendo en los últimos años, de acuerdo con las estimaciones realizadas por Funcas, generalmente por encima de la media nacional, la convergencia con España y la Unión Europea en términos reales es muy lenta. Así desde 1995 a 2002, la economía andaluza creció, en términos de VABp.b., a una tasa media anual de 4,07 puntos porcentuales, mientras que España lo hizo a una tasa de 3,33 puntos, tan sólo ligeramente por debajo de la tasa regional.

Este escaso diferencial de crecimiento ha determinado que la convergencia con España sea muy lenta y casi inapreciable, pues desde 1995 a 2002, el producto regional bruto por habitante ha pasado tan sólo de ser del 72,86% del nacional al 73,95% de éste. Es decir, en siete años sólo hemos conseguido aproximarnos al PIB nacional en un punto porcentual. En términos renta per cápita, la situación es aún peor, pues de 1995 a 2002 se puede decir que no nos hemos acercado a la media

nacional en absoluto, ya que hemos pasado del 72,42% de la media nacional a representar el 72,51% de ésta.

Frente a la Unión Europea la convergencia ha sido algo más significativa, aún cuando también ha sido lenta. De 1995 a 2002, hemos pasado de representar el 58,42% del producto interior bruto por habitante de la Unión Europea al 64,68, y del 58,07% de la renta bruta por habitante al 63,42%. Lo que supone en ambos casos un incremento de algo más de un 1% cada año, por lo que a este ritmo tardaríamos en torno a 35-40 años en alcanzar la media europea de los 15 en cuanto a producción y renta.

Participación porcentual de Andalucía sobre España



Fuente: Número especial de la Economía Andaluza del diario ABC: "Economía Andaluza, un año de transición", julio 2.002

- ***El efecto de la ampliación europea***

La ampliación de la Unión Europea (U.E.) a países del centro y este de Europa (PECO) comportará significativas modificaciones en el Presupuesto comunitario dada la situación económica de estos países, con una agricultura necesitada de grandes reformas y todavía con gran peso de la actividad económica y una renta per

cápita medida en paridad de poder de compra (PPC) de alrededor del 40% de la media de U.E.

Desde el año 2000 los PECO vienen aumentando gradualmente el porcentaje que reciben de los fondos comunitarios que llegarán a ser, de acuerdo con las investigaciones realizadas por Funcas sobre la base de las conclusiones de Berlín, del 17,1% del total de su presupuesto en 2006. Una de las repercusiones presupuestarias más importantes se centrará entorno a la política agrícola común, ya que en 2006 percibirán el 2,7% del presupuesto total por este concepto. Nos obstante, la mayor repercusión de la incorporación de los países referidos se registrará en acciones estructurales, por lo que mientras los PECO llegarán a recibir un 12.3% del total del presupuesto europeo, los actuales integrantes de la U.E. reducirán su participación en esos fondos desde el 37,7% de 1999 al 27,2% en 2006. Los países principalmente receptores de estos fondos, entre los que se encuentra España, serán los más perjudicados, y las partidas más afectadas serán las correspondientes a las PAC y a sus acciones estructurales.

- ***Andalucía, objetivo 1***

Andalucía, región perteneciente al objetivo 1, por ser su renta per cápita medida en PPC inferior al 75% de la media comunitaria, obtendrá 11.951 millones de euros entre 2000 y 2006, lo que representa el 30,4% de los fondos asignados a España. De estos, 6.152 millones de euros procederán de los fondos FEDER, 932,5m del FSE, 1087m. Del FEOGA-O, 214 m. Del IFOP y el resto en formas de intervención plurirregionales. Estas asignaciones suponen un incremento importante de las obtenidas en el anterior marco de actuaciones comunitarias MAC de 1994-1999, en las que Andalucía obtuvo una financiación europea de 4.445m.euro. El incremento de estos fondos ha supuesto que las inversiones regionales totales previstas en el plan de desarrollo regional 2000-2006, cofinanciadas en gran medida por estos fondos, se hayan incrementado notablemente , puesto que a lo largo de este periodo se estima que se invertirá en la región 7.203 mil millones de ptas. Constantes de

1999, frente a la inversión realizada en la región entre 1994-99 de 3.232 mil millones de ptas.

Las perspectivas de seguir obteniendo estos fondos comunitarios tras la ampliación europea no son favorables para España. La integración de los PECO tendrá como consecuencia la disminución de la renta media per cápita de la Unión Europea en términos de PPC, lo que determinará que muchas regiones españolas superen la barrera del 75% de esta media europea y dejen por ello de pertenecer a las regiones objetivo 1, para el que se reservan el 70% de los fondos estructurales. Así, de acuerdo con las previsiones de Funcas, la Comunidad Valenciana, Asturias, Castilla la Mancha, Murcia, Ceuta y Melilla, Castilla León y Canarias superarán en el periodo 2001-2003 la media europea en términos de PPC de la Unión Europea ampliada a 21 países y Galicia si se ampliara hasta 26, por lo que en el periodo 2007-2013 dejarán todas ellas de ser objetivos 1. Sólo Andalucía y Extremadura continuarán disponiendo de una renta per cápita inferior al 75% de la media europea y podrán seguir obteniendo fondos estructurales. No obstante, cabe esperar que los fondos asignados a estas regiones se reduzcan asimismo considerablemente, pues hasta ahora los fondos, que se asignan entre otros motivos en función de la población afectada, sólo tenían que repartirse entre un 22% de la población de la Unión (15), mientras que se estima que con la U.E. de 26 miembros, la población de las regiones beneficiarias del objetivo 1 ascenderán al 41,7%, y no existen previsiones de aumentar las dotaciones presupuestarias destinadas a cubrir estos fondos.

- ***La ampliación y la reforma de la PAC***

Por otro lado, la ampliación de la U.E. conduce a una Europa Unida más agrícola y rural, que determinará que el coste presupuestario agrícola si se mantuviera la actual PAC aumente entre unos 8000 y 10500 millones de euros/año según los estudios realizados por el Ministerio de Agricultura de Francia y la propia Comisión europea. Este coste estaría, de acuerdo con FIES, en principio dentro de los límites establecidos por las restricciones presupuestarias a la PAC, de modo que no existiría justificación presupuestaria para su modificación. No obstante, la actual PAC no está adaptada ni a las necesidades de cambio estructural y modernización de la

agricultura de los PECO, ni a las demandas sociales de la UE de los 15 que busca alimento seguro y ambiente sano, por ello es previsible una reforma de la PAC en la que se reduzca sensiblemente el presupuesto destinado a las ayudas directas y de intervención de los mercados y aumente el destinado a ayudas de desarrollo rural. Así, de acuerdo con Asaja, las primeras filtraciones sobre esta reforma parecen que van encaminadas a reducir las ayudas directas en un 3% anualmente hasta alcanzar el 20%, de aquellas ayudas superiores a 5.000, financiando con el dinero ahorrado programas de desarrollo rural. Con estas medidas Andalucía quedaría perjudicada, pues dejaría de recibir ayudas directas, y no recibiría a cambio del ahorro generado la misma cantidad en ayudas para el desarrollo rural.

- **Fondos europeos**

En un futuro próximo, desde un punto de vista estructural, la ampliación de la U.E. no parece que vaya a tener considerables efectos sobre la economía nacional o regional andaluza, si bien, estos empezarán a manifestarse conforme los fondos asignados vayan reduciéndose, y con ellos los efectos beneficiosos de los mismos sobre la convergencia en términos de crecimiento de su PIB o generación de empleo.

A lo largo de 1994-1999, de acuerdo con los datos facilitados por la Junta de Andalucía, los fondos procedentes de la Unión fueron en promedio, anualmente, equivalentes al 1% del PIB regional, representando las inversiones cofinanciadas, cada año, en torno al 35-40% de las totales andaluzas y contribuyendo anualmente entre un 0,96 y un 1,02 a la tasa de crecimiento del PIB regional. Asimismo, se estima que los fondos destinados a Andalucía entre 2000 y 2006 contribuirán a generar anualmente un incremento de VAB a precios básicos de 1.280 euros, que viene a representar el 1,7% del VABp.b. del año 2000. Por esta razón, la reducción de fondos prevista de cara a 2006 puede tener importantes consecuencias para la economía andaluza, pues posiblemente el crecimiento de la región se verá afectado negativamente, determinando que de no modificarse el comportamiento actual de la economía actual de la economía andaluza ésta deje de crecer por encima de la media nacional; lo que comprometerá el ya lento proceso de convergencia con España y Europa.

Empleo y paro población en Andalucía

Año 2001	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	% S/TOTAL	DENSIDAD DE POBLACIÓN
ANDALUCÍA	3.647.194	3.756.774	7.403.968		84,52
Almería	269.545	263.623	533.168	7,20%	60,80
Cádiz	561.330	570.016	1.131.346	15,28%	152,02
Córdoba	376.511	393.114	769.625	10,39%	55,90
Granada	398.272	414.365	812.637	10,98%	64,32
Huelva	228.771	232.959	461.730	6,24%	45,50
Jaén	319.613	326.168	645.781	8,72%	47,89
Málaga	636.274	665.966	1.302.240	17,59%	178,19
Sevilla	856.878	890.563	1.747.441	23,60%	124,44

Fuente: Número especial de la Economía Andaluza del diario ABC: "Economía Andaluza, un año de transición", julio 2.002

- *Elevadas tasas de paro*

El crecimiento económico de Andalucía en 2001 superior al nacional estuvo acompañado por un crecimiento importante de la población ocupada, que registró una tasa de variación de 3,39 puntos frente a la media nacional que fue de 2,58% . Asimismo vino acompañado de una importante disminución del paro, haciendo que se registrara en la comunidad la mayor tasa de reducción de paro nacional, cuyo valor fue del 4,33% frente a la disminución nacional del 2,66%.

Estas cifras no deben, sin embargo, hacer olvidar el insuficiente aprovechamiento del factor humano que se registra en nuestra autonomía, con tasas de desempleo notablemente superiores a las nacionales. Así, en 2001 Andalucía era la Comunidad con mayor tasa de paro, situada en 18,51 puntos, frente a los 11,24 de media nacional. Por lo que no es de extrañar que el 27,36% de parados nacionales se

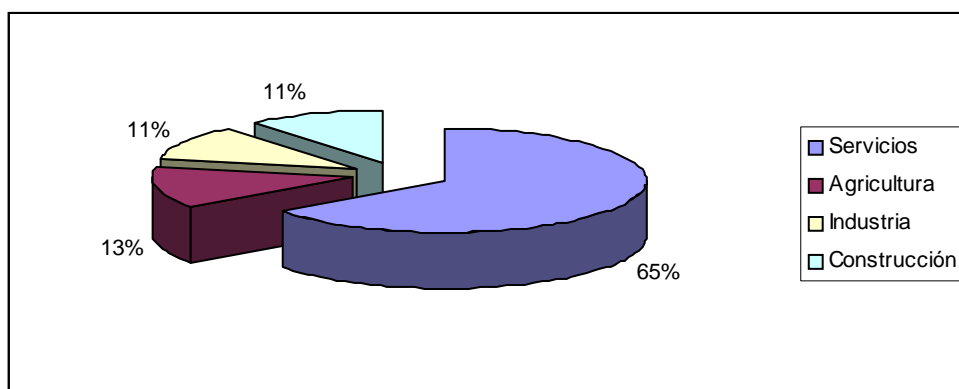
registraran en la comunidad andaluza, mientras tan sólo el 15,16% de los ocupados de España eran pertenecientes a la región.

- **Lenta convergencia**

En 2001, el crecimiento de la productividad en nuestra comunidad autónoma fue de un 0,34 por ciento, la mitad del crecimiento a nivel nacional.

Esta lenta convergencia hace que aún continúe siendo una de las regiones más pobres de España y de la Unión Europea. Tanto en términos de PIB per cápita como de poder de compra, nos situamos en penúltimo lugar en el ranking de las autonomías españolas. Así, tan sólo Extremadura tenía a finales de 2001 menor PIB por habitante que Andalucía, si bien su poder de compra era superior. Mientras, tan sólo Murcia tenía menor poder de compra que Andalucía.

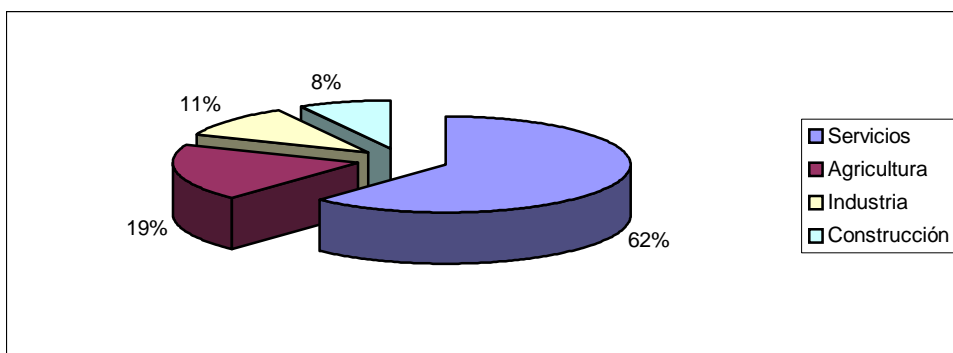
En el ámbito europeo, de acuerdo con los datos proporcionados por Eurostat, Andalucía a finales de 1999 ocupaba el puesto 200 en el ranking de regiones europeas de acuerdo con el poder de compra per cápita, estando situada tras ella tan sólo 11 regiones, de las que sólo Extremadura era española.



Población ocupada por sectores. Andalucía

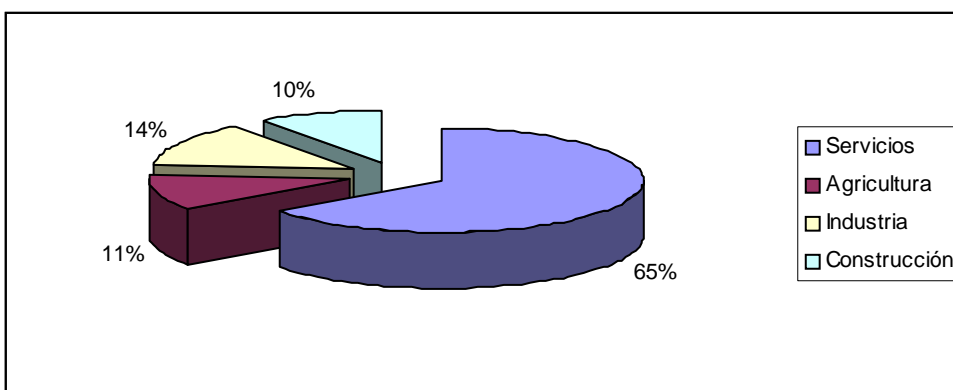
Fuente: Número especial de la Economía Andaluza del diario ABC: "Economía Andaluza, un año de transición", julio 2.002

Población ocupada por sectores. España



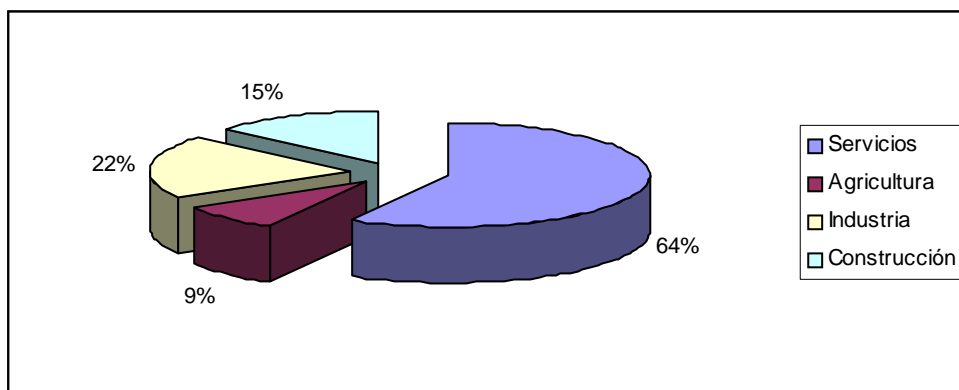
Fuente: Número especial de la Economía Andaluza del diario ABC: “Economía Andaluza, un año de transición”, julio 2.002

Vabp.b. por sectores. Andalucía



Fuente: Número especial de la Economía Andaluza del diario ABC: “Economía Andaluza, un año de transición”, julio 2.002

Vabp.b. por sectores. España



Fuente: Número especial de la Economía Andaluza del diario ABC: “Economía Andaluza, un año de transición”, julio 2.002

El índice de coste por hora efectiva de trabajo fue superior el pasado año en Andalucía frente a la media nacional.

- ***Escasa productividad***

Diversas razones apuntan al hecho de que Andalucía no crezca lo suficiente para alcanzar rápidamente a la media europea o nacional. Entre ellas, los principales estudios económicos actuales apuntan, aparte del insuficiente aprovechamiento de la mano de obra, a la escasa productividad y evolución semejante o parecida de precios que determina que la competitividad vía precios o costes tienda a desaparecer. Así, los datos recientes de Funcas muestran como el crecimiento de la productividad en Andalucía es escaso e inferior a la media nacional. En 2001, el crecimiento de la productividad en Andalucía fue de un 0,34%, la mitad aproximadamente del crecimiento de la productividad nacional que se situó en un 0,62%. En España, el crecimiento de esta variable tan sólo fue inferior en Ceuta, Melilla y Canarias. Entre las razones apuntadas de este escaso crecimiento pueden señalarse el menor gasto en I+D+I efectuado por nuestra comunidad, el menor dispositivo de infraestructura de tipo económico que padece Andalucía y la escasa presencia empresarial, pues tan sólo llega a tener 10,06% del total de empresas existentes en España; siendo además, de acuerdo con los datos proporcionados por el Instituto Estadístico de Andalucía el 78,27% de estas empresas de pequeño tamaño ya que o bien no emplean a ningún trabajador o emplean entre uno y dos trabajadores; además las pertenecientes al sector industrial son minoritarias, lo que una vez más pone de relieve la debilidad de este sector en el territorio andaluz.

Por otro lado, la competitividad vía precios tiende a desaparecer, ya que aún cuando el índice relativo de precios de consumo andaluz no alcanza el 100% nacional, siendo tan sólo equivalente al 97,40% del índice nacional, la evolución de los precios en 2001 frente al 2000 tiende a aumentar haciendo que las diferencias disminuyan. Así, mientras el IPC andaluz en 2001 tan sólo llegó a ser de 134,70 y el nacional alcanzó el valor de 136,98, la tasa de variación interanual del IPC fue

mayor en Andalucía que en el resto de España, alcanzando en la región un incremento del 2,82% frente al 2,71% nacional.

Por otro lado, la evolución de costes salariales tampoco es favorable. Los datos reflejan que en el último cuatrimestre de 2002, el índice de coste por hora efectiva de trabajo era superior en Andalucía que en el ámbito nacional, ya que este índice era de 111,6 a nivel nacional frente al valor de 112,9 a nivel autonómico.

2.4.2. Crecimiento económico

El ejercicio económico del pasado año estuvo muy afectado por la crisis financiera internacional que debilitó la generalidad de los mercados mundiales. Los primeros síntomas de esta crisis ya empezaron a dejarse notar hacia finales del año 2000, pero no fue hasta 2001 cuando la economía mundial se vio efectivamente envuelta en un claro proceso de desaceleración económica que a lo largo del año pasado se ha intensificado. Así, según las últimas estimaciones disponibles, en 2002 la tasa de crecimiento del PIB en el área de la Europa de los 15 se limitó al 0,7 por ciento, con un crecimiento además prácticamente nulo, (del 0,2%), en Alemania, la tradicional locomotora de la economía Europea.

La economía española no ha permanecido al margen de la crisis financiera que ha afectado a las decisiones de inversión y de comercio, y al igual que el resto de las economías europeas desarrolladas, la desaceleración económica se intensificaba a lo largo de 2002. Así, mientras la tasa de crecimiento del PIB a precios de mercado fue en 2001 del 2,7 por ciento, de acuerdo con los resultados ofrecidos por el INE y el Banco de España, a lo largo de 2002 este crecimiento tan sólo fue de un 2%, lo que representa el 74% del crecimiento del año anterior.

La desaceleración económica fue también patente en Andalucía, si bien, de acuerdo con las estimaciones del INE y del Banco de España, ésta no fue tan intensa como la española o la europea, bajando su tasa de crecimiento del PIB frente al año anterior tan sólo unas pocas décimas, desde el 3,5% de 2001 a una tasa del 3% en 2002,

resistiendo así mejor que otras economías la crisis financiera internacional. Estas tasas de crecimiento ofrecidas por las instituciones oficiales han sido no obstante cuestionadas por FUNCAS, para quien la tasa de crecimiento en Andalucía habría de hecho pasado desde el 3,78% en 2001 a una tasa del 2,4% en 2002, que a su vez sería levemente superior a la española, que estima para ese año en el 2,19%. De este modo, la economía andaluza habría crecido muy levemente por encima de España, perdiendo su posición de economía puntera en el contexto nacional. Así, si en 2001, Andalucía fue la segunda autonomía española en crecimiento del PIB, tan sólo por detrás de la comunidad valenciana, en 2002, su posición caía hasta el quinto puesto, por detrás de las comunidades de Murcia, Navarra, Madrid y Castilla y León.

El sector que marcó la diferencia con respecto a España de acuerdo con el IEA(Instituto de Estadísticas de Andalucía) fue el primario que tuvo a lo largo de 2002 un crecimiento real de su VAB (valor añadido bruto) del 8% frente a un descenso de esta actividad productiva en España con una caída del 2% y un práctico estancamiento en la Eurozona. Por su parte, el sector de la construcción fue de nuevo el más dinámico de los sectores no agrarios con un crecimiento del 6,3%, por encima también del importante crecimiento registrado a nivel nacional cifrado en un 4,9%. No obstante este sector sigue mostrando una clara tendencia a la desaceleración tanto en el ámbito nacional como autonómico, pues sus tasas de variación siguen disminuyendo frente a las obtenidas en los años precedentes de forma continuada. Asimismo, el crecimiento del sector servicios muestra una tendencia clara de desaceleración al pasar sus tasas de crecimiento de un 3,2% en 2001 a una tasa del 2,4% en 2002, siendo ésta además prácticamente similar a la alcanzada en el ámbito nacional. Por último, el sector industrial fue el que registró tasas de variación inferiores. Tanto en Andalucía como en España, a lo largo de 2002 sus tasas rondaron tan sólo el 1%, un crecimiento muy suave que muestra la misma tendencia de años anteriores, y que de nuevo no hace sino acentuar la debilidad del sector industrial andaluz frente al resto de sectores de la economía.

La escasa diferencia que Andalucía viene mostrando en los últimos años en su crecimiento respecto a la economía nacional determina que la región no pueda

abandonar los puestos de cola en términos de PIB o poder de compra per cápita. En 2002, el PIB per cápita medido a precios constantes de 1995 fue en Andalucía equivalente al 73,46 % de la media nacional, tan sólo un punto y dos décimas superior al valor que alcanzaba en 1995, que fue igual al 72,2%. Esta corta convergencia determina que Andalucía siga ocupando el penúltimo puesto en el ranking de comunidades por PIB/h, superando tan sólo a Extremadura, cuyo valor apenas alcanzaba el 71% del PIB nacional.

En términos de poder de compra, aún cuando Andalucía ocupa también el penúltimo puesto en el ranking de comunidades superando sólo a Murcia, la convergencia con el resto de España es algo mejor. En 2002, el poder de compra per cápita alcanzó casi el 80% de la media nacional, aumentando en casi dos puntos y medio su valor desde 1995. El mejor comportamiento del indicador del poder de compra frente al de producción no es sino el reflejo de la solidaridad regional existente en la actualidad, que de acuerdo con FUNCAS permite transferir cerca del 15% del PIB a las autonomías españolas más atrasadas.

Respecto a la Unión Europea de los 15, la convergencia andaluza también es muy lenta si bien esta ha crecido de forma continua desde 1995, pasando de representar su PIB per cápita el 58,42 de la media europea al 64,93% en 2002. No obstante, Andalucía seguía ocupando en 2001 una de las últimas posiciones en el ranking de regiones por PIB per cápita de acuerdo con los datos ofrecidos por Eurostat, estando situada tras ella tan sólo 11 regiones, de las que sólo Extremadura era española. Asimismo, según el segundo informe intermedio sobre cohesión económica y social de enero de 2003, en la Europa ampliada Andalucía también está situada entre las regiones con menor PIB/h, sin llegar a alcanzar el 68% de la media europea de 27 países, teniendo en este caso a 50 regiones por detrás suya.

Diversos estudios recientes apuntan a que una de las razones por la que Andalucía tiene dificultad para converger con el resto nacional está relacionada con una baja productividad asociada a la permanencia a lo largo del tiempo de una distribución de su estructura productiva por sectores económicos diferente al resto nacional, con una

mayor presencia, tanto en producción como en empleo, del sector primario y una escasa representación del sector industrial. El sector agrícola, un sector tradicionalmente bajo en productividad, genera en Andalucía un 7% de su VAB y un 10% de su población ocupada, mientras en España la producción generada por este sector tan sólo representa el 4% del VAB y su empleo el 6% del total. Por su parte, el sector industrial, generalmente de productividad más elevada, produce en Andalucía tan sólo el 14% del VAB total y genera el 12% del empleo total, en tanto que a nivel nacional estas participaciones se elevan hasta el 23% y el 19% respectivamente.

No obstante, a lo anterior, el crecimiento de la productividad en Andalucía en 2002 fue superior al de la media de España, ya que mientras en el ámbito nacional, de acuerdo con los datos facilitados por FUNCAS, ésta creció a una tasa del 1,71%, en nuestra comunidad alcanzó un crecimiento del 2,01%, muy superior por otra parte del crecimiento experimentado en 2001, que apenas si llegó a ser del 0,34%. Este crecimiento de la productividad está más asociado no obstante al menor crecimiento registrado en el empleo durante 2002 que a un aumento de la tasa de crecimiento de su producción.

2.5. El mercado laboral en Andalucía

Efectivamente, el comportamiento del mercado de trabajo tanto en Andalucía como en España a lo largo de 2002 no fue tan positivo como en años anteriores, en los que el paro vino descendiendo de forma ininterrumpida desde 1996. Así, aunque durante el año pasado el número de ocupados en nuestra comunidad aumentó en 256.000 personas, esta generación de empleo fue considerablemente inferior a la del año anterior que registró un incremento de la ocupación de 479.000 nuevos empleos, bajando de este modo la tasa de variación de la ocupación desde algo más del 5% al 1,8% en 2002. Esta disminución de generación de nuevos empleos no pudo hacer frente al importante aumento de la población activa, que creció a una tasa del 3% durante el último año. En consecuencia, la tasa de paro andaluza aumentó ya que frente a una continuada bajada en el número de parados de años anteriores, a lo largo de 2002 el paro volvió a

aumentar a una tasa de algo más del 7,5 %. No obstante, el crecimiento del paro en Andalucía fue inferior al del resto nacional, cuya tasa de variación se situó en valores superiores al 10%.

Este menor crecimiento del paro en Andalucía no puede considerarse sin embargo como un dato positivo que refleje el mejor comportamiento del mercado laboral de nuestra comunidad que el resto nacional frente a la crisis económica, ya que Andalucía registra menores tasas de actividad y de ocupación y una tasa de paro considerablemente superior. En 2002, las tasas de actividad y de ocupación en Andalucía fueron respectivamente del 52,4% y 41,8%, mientras que estos valores para la media española fueron equivalentes al 54,3% y 48%. Más significativa es la diferencia en cuanto a paro registrado, pues mientras España registra una tasa de desempleo del 11,45%, en Andalucía esta se eleva hasta el 20,19%, siendo así la comunidad española que tiene la tasa de paro más elevada. Le siguen Extremadura con una tasa del 18% y muy alejada Galicia con una tasa del 11,5%. De este modo, Andalucía tiene el casi el 30% de la población nacional desempleada, mientras que el número de ocupados no alcanza el 15% del total nacional. Asimismo, en la Europa de 27 miembros tan sólo hay 11 regiones que tengan una tasa de desempleo superior a la Andaluza. Más preocupante todavía es la situación del mercado laboral femenino, cuya tasa de paro se eleva en la región hasta el 29,3%.

El mayor desempleo regional ha determinado que el coste salarial, tanto por trabajador como por horas haya sido tradicionalmente inferior en Andalucía que en el resto de la nación. De igual modo, en 2002, mientras el coste salarial por hora era en Andalucía igual a 13,54 euros, su valor alcanzaba en España los 14,6 euros. No obstante, la mayor tasa de crecimiento de la ocupación en la región, ha venido presionando al alza estos costes, haciendo que estos crezcan por encima de la media nacional. Así, mientras a nivel nacional la tasa de variación de costes laborales por hora se situaba en un 4,1% y por trabajador en un 4,6%, en nuestra comunidad éstos crecían a tasas del 5,5%.

El crecimiento de estos costes laborales ha sido además superior a las tasas de inflación que sí durante el año pasado se elevaron al 3,9% en Andalucía y al 4% en España, haciendo que los diferenciales de precios entre ambos territorios apenas se modifiquen y tengan especial relieve sobre los cambios en competitividad. De este modo, los incrementos laborales han actuado compensando las ganancias en competitividad obtenidas gracias al aumento de productividad.

2.6. Comercio

El comercio en Andalucía sigue manteniendo un ritmo de crecimiento similar al de años anteriores, oscilando entre un 3% y 4%, según datos proporcionados por el secretario general de la Confederación de Empresarios del Comercio de Andalucía (CECA), José Guerrero, lo que lo sitúa como uno de los sectores económicos más dinámicos y permanentes de la comunidad.

Buena prueba de esta pujanza es que a pesar de no aumentar el porcentaje de crecimiento respecto a cursos anteriores, la recesión económica del último año sí ha hecho mella en otros sectores como el turístico, pero no en el comercial, que ha podido mantenerse en el mismo nivel, a pesar de dicha crisis. Por este motivo es de resaltar que se hayan continuado abriendo establecimientos en la comunidad en 2002 con el mismo ritmo que 2001. No obstante, la recesión sí se ha dejado notar en el volumen de ventas, que ha bajado sensiblemente respecto al año anterior.

2.6.1. El comercio minorista

Por lo que respecta al comercio minorista, la facturación global alcanzada en 2002 es de 21.456 millones de euros, lo que supone un 18% del volumen de negocios en el ámbito nacional. Sin duda, Andalucía juega un papel muy relevante en el sector, ya que el número de establecimientos de venta al por menor en esta comunidad, unos 104.539, supone el 17% del total nacional.

En este mismo porcentaje se sitúa la superficie dedicada a la venta minorista en Andalucía, que alcanza los 9,5 millones de metros cuadrados, lo que posiciona a esta región como la segunda comunidad española en espacio dedicado al comercio minorista, tan sólo por detrás de Cataluña, que presenta una cuota del 17,6%. Estas dos regiones, junto con la Comunidad Valenciana y Madrid, engloban el 57,4% del total nacional de establecimientos comerciales.

En cuanto a la superficie media por establecimiento, ésta guarda una cierta sintonía con la que se utiliza en el resto de las comunidades españolas, que es de 90,8 metros cuadrados, sólo un poco más de extensión que la empleada en Andalucía, cuyos establecimientos tienen una media de 89,9 metros cuadrados.

Por lo que concierne al empleo, el personal que trabaja en el comercio minorista representa el 16% de la población ocupada andaluza, con un total de 272.412 trabajadores. La media de personas que trabajan en cada establecimiento es de 2,58, cifra muy similar a la de la media nacional que se mantiene en 2,68.

Un aspecto a destacar del empleo en este sector es el hecho de que el número de trabajadores de sexo femenino sea sensiblemente mayor que el masculino. La provincia donde más perceptible es esta situación es Almería, donde las mujeres ocupan el 64,12% del empleo en el sector minorista.

Por provincias, Sevilla es la que alberga un mayor número de establecimientos minoristas, con 23.200, lo que supone un 22,40% del total en Andalucía. Le sigue Málaga, con 20.2000 tiendas, (19,40%); Cádiz, que posee 14.800 establecimientos, (14,20%); Granada, con 12.300 (11,80%); Córdoba, que es la quinta con 10.300, (9,90%); Jaén, que tiene 9.300, (8,90%); Almería, con 7.500, (7,20%); y por último, Huelva, que alberga 6.600, (6,40%).

La alimentación, las bebidas y el tabaco se configuran como la principal actividad en número de establecimientos minoristas. De esta forma, 32.282 establecimientos

están dedicados a esta actividad, un 30,70% del total en Andalucía, y emplean a 60.429 trabajadores, el 22,2% del personal ocupado en este sector.

Por detrás se sitúa la sección de equipamiento personal, con 16.563 establecimientos, (15,75%) y un número de 27.549 trabajadores (10.01%). Después le siguen los del equipamiento del hogar, que copan el 14,16% del total de establecimientos minoristas, con 14.887 locales y un número de trabajadores de 41.318, el 15,02% del personal ocupado en el sector.

También tienen una fuerte presencia los establecimientos más especializados, que se han instalado con fuerza en Andalucía durante los últimos años. Así, en la actualidad hay 14.765 tiendas especializadas, lo que supone un 14,04% del total del comercio minorista, que emplea a 25.699 personas, el 9,4% del total de trabajadores de este ramo.

El comercio mixto o integrado, aunque ha mermado en los últimos años, sigue manteniendo un número importante de establecimientos. De esta manera, actualmente se localizan en Andalucía 12.677 locales de este tipo, lo que supone un 12,05% del comercio minorista. Esta modalidad acoge al mayor número de empleados que trabajan en el sector, 75.536, un 27,7% del total.

En cuanto a la venta de vehículos, accesorios y carburantes, este tipo de actividad se encuentra desplegada en la comunidad andaluza a través de una red de 6.832 establecimientos, y en ella se encuentran trabajando 26.692 personas. Las dos últimas actividades que tienen menos peso en cuanto a número de establecimientos son la de droguería y farmacia, con 3.956 y 3.201 locales, respectivamente. Asimismo, emplean a 6.607 y 8.582 trabajadores cada una.

2.6.2. *El auge de las franquicias*

En el apartado del comercio minorista también hay que hacer mención especial al cada vez más importante implante de las franquicias, que consiste en un acuerdo entre dos personas o empresas independientes mediante el cual, el franquiciador, cede al otro, el franquiciado, los derechos de explotación de una marca a cambio de ciertas compensaciones económicas como son el canon y los royalties.

El canon es la cantidad de dinero que el franquiciado entrega al franquiciador en concepto de adhesión a la cadena. Los royalties son porcentajes de las ventas, normalmente, que el franquiciado debe abonar al franquiciador periódicamente por el soporte y apoyo continuo.

Sin duda, las franquicias se han convertido en el formato preferido por las grandes empresas minoristas para establecerse y ampliar sus redes en Andalucía.

Este hecho lo constata el crecimiento anual de la facturación del sector, que llega a superar el 51%. La red de franquicias obtiene un volumen de ventas al año superior a los 482,4 millones de euros.

El sector andaluz de las franquicias invierte al año un total de 67 millones de euros en la apertura de nuevos locales. Este desembolso sitúa a Andalucía como la cuarta comunidad en la que operan más enseñas franquiciadoras de todo el territorio nacional, con un 6,33% de cuota de mercado.

De esta forma, a finales de 2001 el número de enseñas con red de franquicias que operaban en Andalucía era 61. Del mismo modo, en esta fecha había instalado en Andalucía un total de 2.687 establecimientos de franquicias. El desembolso para abrir estos locales supone un 15,40% de la inversión a escala nacional en el sector. Asimismo, el coste medio para poner en funcionamiento este tipo de establecimiento se sitúa alrededor de los 90.000 euros.

En cuanto a las grandes superficies comerciales, al igual que ocurriera el año anterior, el hecho que ha marcado los primeros meses de este ejercicio es la moratoria comercial establecida por la Junta y que entró en vigor el 1 de enero de 2002. Según fuentes consultadas por ABC, los proyectos que están en «lista de espera» se reparten entre las ocho provincias andaluzas, por lo que actualmente hay retenida una inversión de 300 millones de euros.

La moratoria comercial, que en principio sólo iba a tener de vigencia un año, amplió su plazo seis meses más, una vez que entró en vigor el pasado enero la Ley de Comercio Interior, donde se demandaba un nuevo Plan Andaluz de Ordenación Comercial (PAOC), que se aprobó por decreto el 29 de junio.

Dentro de estas grandes superficies, tienen especial protagonismo los hipermercados. Sin duda, Andalucía se ha consolidado en los últimos años como uno de los principales escenarios de actuación de las grandes cadenas de distribución. En este ámbito las empresas extranjeras continúan copando los dos primeros puestos del ránking de la distribución andaluza. La apuesta de las cadenas del sector para seguir creciendo pasa por realizar fuertes inversiones para extender su red con la compra de supermercados locales.

A pesar de la moratoria comercial, las multinacionales han seguido apostando fuerte por la región andaluza y su liderazgo se ha consolidado con nuevas fórmulas comerciales, como son establecimientos que por su tamaño no son considerados grandes superficies y no necesitan de una segunda licencia de apertura por parte de la Junta. Entre estas nuevas fórmulas destacan los supermercados Champion de Carrefour o los Opencor de El Corte Inglés.

La cadena de distribución extranjera que posee una mayor red de establecimientos y superficie comercial es la francesa Carrefour, que posee actualmente en Andalucía 21 hipermercados, tres menos de los que tenía antes de fusionarse con Pryca.

Además, los establecimientos Día, negocios conocidos como «hard discount» (descuento duro), suponen el 90% de la superficie comercial de Carrefour en la comunidad, con 376 tiendas. La multinacional francesa invertirá 300 millones en los próximos cinco años para ampliar su red y mejorar los establecimientos que posee.

Por otro lado, la compañía holandesa Ahold se ha hecho con el segundo puesto del ranking de la distribución andaluza con la adquisición de los supermercados que poseían Cobreros, Grupo Guerrero y Diplo. Ahold invertirá hasta 2005 más de 120 millones hasta llegar a tener 370 establecimientos, la mayor parte, hipermercados. Detrás se posiciona Mercadona y El Corte Inglés.

2.6.3. Hipermercados

De esta forma, en Andalucía se localizan 64 de los 298 hipermercados del país, lo que significa que, en la práctica, uno de cada cinco hipermercados — establecimientos con superficie superior a los 2.500 metros cuadrados— se sitúa en la comunidad andaluza. El reparto geográfico de este tipo de centros comerciales sigue una tónica bastante desigual dado que Andalucía junto con Cataluña y Madrid reúnen el 51% del número de establecimientos y el 50,5% de su superficie de venta.

Un análisis más detallado en el ámbito provincial demuestra que en el ranking de las provincias españolas con mayor número de hipermercados, los cinco primeros puestos lo ocupan tres andaluzas: Sevilla (con 17 hipermercados), Cádiz y Málaga (con 14 cada una), sólo superadas por Madrid y Barcelona (con 37 y 32 establecimientos de este tipo respectivamente).

2.6.4. El comercio exterior en Andalucía

Desde finales del año 2000 el comercio internacional se ha ido deteriorando, mostrando primero una contención de su crecimiento y posteriormente una disminución del volumen de intercambios. Andalucía no ha sido ajena a este fenómeno internacional y al igual que otras economías han visto resentirse sus relaciones comerciales con el extranjero. Así, frente a un importante crecimiento tanto de las

exportaciones como de las importaciones en el año 2000, en los años siguientes se han registrados tasas de crecimiento insignificantes o negativas. De este modo, en 2002, las exportaciones disminuyeron ligerísimamente en un 0,07% mientras las importaciones lo hicieron de forma pronunciada, lo que ha permitido que el saldo de la balanza comercial disminuya su déficit considerablemente; pasando de un saldo negativo de 1856 millones de euros en 2001 a un déficit de 744 millones.

2.6.5. Las importaciones

El signo de la balanza comercial ha venido marcado fundamentalmente por el volumen de importaciones procedentes de la OPEP que en su mayor parte son de productos minerales derivados del petróleo. El importante incremento del valor de las importaciones de 2000 que supuso según el INE una variación del 28% frente a las registradas el año precedente tuvo su origen en el incremento en más de un 45% del valor de las importaciones de combustibles. Esto determinó asimismo que más del 48,5% del total de las importaciones efectuadas fueran por este concepto. Asimismo, la disminución del valor de las importaciones desde el año 2000 hasta finales de 2002 valorada en 1269 millones de euros originaron que las importaciones totales cayeran en más del 11,5%. Este hecho no viene sino a poner de manifiesto la sensibilidad de nuestra balanza comercial a la evolución de los mercados de crudos, que tan inestablemente se han movido en los últimos tiempos.

El importante valor de las importaciones no ha podido ser compensado por las exportaciones, ya que a pesar de la disminución del valor de las primeras a lo largo de 2001 y 2002, las exportaciones han mostrado un crecimiento muy leve que incluso se ha vuelto negativo en 2002, poniendo de manifiesto que las operaciones andaluzas con socios comerciales extranjeros han sido particularmente sensibles al menor dinamismo operado en la economía mundial desde 2000. No obstante, las exportaciones aumentaron ligeramente con la Unión Europea de los 15, la zona con la que se efectúan la mayor parte de los intercambios comerciales exteriores de Andalucía. Así en 2002, las exportaciones a la UE supusieron el 71% de las totales en tanto que las importaciones representaron el 35% de éstas. Porcentaje

notablemente inferior al de las exportaciones que encuentra su explicación en el alto volumen de importaciones que proceden de la OPEP.

Asimismo, por secciones económicas, tuvieron un comportamiento positivo, de acuerdo con el IEA, las exportaciones relacionadas con el sector agrícola, tanto las derivadas de los productos del reino vegetal como las correspondientes a la sección de grasas y aceites vegetales, intensificando así la importancia que estas exportaciones tienen para la economía de Andalucía, al representar el 36% del total de éstas.

La caída registrada tanto en exportaciones como en importaciones en Andalucía ha determinado que la escasa apertura de nuestra economía se intensifique, disminuyendo asimismo la participación de la región tanto en las exportaciones como en las importaciones nacionales, con el consiguiente efecto nocivo sobre la renta regional. Así, la tasa de apertura de la economía andaluza (medida por la relación entre la suma de exportaciones e importaciones sobre el PIB a precios corrientes) ha disminuido considerablemente desde 2000, año en que registró su mayor valor equivalente al 27%, pasando a ser en 2002 tan sólo del 23%; muy lejos por otra parte de la tasa de apertura nacional que fue en este año del 43,7%.

Asimismo, la participación de las exportaciones andaluzas sobre el total nacional ha venido descendiendo desde 1997, alcanzando en 2002 la ridícula participación del 7,7% del total nacional. La participación autonómica en las importaciones nacionales también ha descendido en los últimos años, siendo su valor en 2002 de tan solo un 6,2%.

Las provincias de Andalucía con una mayor tasa de apertura hacia al exterior fueron en 2002 las de Cádiz, Sevilla y Huelva. Cádiz fue la provincia andaluza que registró el mayor porcentaje tanto de exportaciones como de importaciones, poniendo de manifiesto la importancia de sus puertos marítimos, en concreto el de Algeciras por el que transitan la mayor parte de los intercambios comerciales exteriores. En importancia de exportaciones le siguen por orden Sevilla, Almería y Huelva, siendo

en los tres casos los productos de origen vegetal los que determinan el valor de éstas. En el caso de las importaciones, siguieron en importancia a Cádiz las importaciones efectuadas por la provincia de Huelva que representaron el 28% de las efectuadas por la comunidad; estando éstas determinadas por las importaciones de productos minerales derivados del petróleo. Con un porcentaje del 13% de importaciones le sigue Sevilla, con una mayor diversificación de éstas por secciones, predominando no obstante las importaciones de metales comunes y de maquinaria y aparatos eléctricos. Cabe destacar por último la escasa apertura de Málaga, con unos niveles de exportación y de importación que rondan el 9% del total regional, que muestran la baja capacidad para exportar bienes

2.7. Mercado Financiero de Andalucía

Acorde con la atonía del sector, los mercados financieros continúan instalados en una etapa de confusión y de inseguridad que explica el bajo nivel de negocio. Las leves subidas de los valores bursátiles son rápidamente compensadas por ventas que tratan de obtener ganancias, aunque éstas sean escasas. En un momento como el actual, en el que aún predomina la incertidumbre en los mercados, las previsiones de los analistas resultan más optimistas que las que hacen los inversores. La preferencia por la liquidez, ante la elevada volatilidad de los mercados financieros y la incertidumbre económica y geopolítica, ha llevado a que el total de créditos concedidos a los residentes en la Zona Euro aumentara un 4,3% en el pasado mes de febrero, dos décimas más que en el mes anterior, creciendo el crédito a las administraciones un 2,4%, y del sector privado un 4,8%.

Asimismo, el leve repunte del crecimiento de los préstamos al sector privado hasta el 5%, podría hacer pensar que la desaceleración de éstos, como consecuencia del menor ritmo de actividad, podría haber llegado a su fin, aunque, según los expertos aún es pronto para saberlo.

Con esta coyuntura, los bajos tipos de interés y su incidencia en el estrechamiento de los márgenes de negocio de las entidades financieras han significado un moderado crecimiento de las mismas.

2.7.1. *Instituciones de Crédito*

En Andalucía, sin embargo, debido, principalmente, a la acusada diferencia de renta media, las expectativas de las entidades es de seguir creciendo por encima de la media nacional.

Así, con relación a los créditos concedidos en la comunidad andaluza en 2002, 87.431 millones de euros —40.895 correspondientes a las cajas de ahorro, 37.905 a la banca y 8.631 a las cooperativas de crédito— la región se sitúa en el tercer referente nacional, por detrás de Madrid y de Cataluña, representando el 12,6% del total de créditos concedidos en toda España.

Respecto a los depósitos en entidades financieras, Andalucía representa el 10,4% del nacional, con 65.575 millones de euros, también por detrás de Madrid y Cataluña.

De estos depósitos, el 30,1% corresponde a los bancos (19.771 millones de euros), el 13,5% a las cooperativas de crédito (8.871 millones de euros) y las cajas, con el 56,3% (36.933 millones de euros) —frente al 54,1% de 2002—, refrendan la situación de los últimos diez años, en los que las cajas de ahorro superan en el volumen de depósitos a la banca, contra la situación de la década de los noventa, cuando la banca controlaba más del 50% de los depósitos y de la inversión crediticia.

Por provincias, Sevilla acapara el 26,8% de los créditos concedidos en toda Andalucía, con 23.441 millones de euros, de los cuales, 11.728 millones de euros correspondieron a la banca, 11.026 a las cajas y 688 millones de euros a las cooperativas de crédito. Le sigue Málaga, con 15.440 millones de euros y Cádiz con 11.208 millones.

De estos datos destaca el hecho de que Sevilla, Málaga y Cádiz, a pesar de ser las provincias en las que más créditos se han concedido, éstos han correspondido en su mayoría a los bancos, por encima de las cajas, frente a que el global andaluz sitúa a las cajas por encima de la banca en concesión de créditos.

En cuanto a los depósitos, Sevilla vuelve a ser la provincia andaluza con más depósitos en las entidades, con el 23% del total andaluz y 15.146 millones de euros, le sigue Málaga con 13.311 millones de euros y Granada con 7.891 millones.

En este caso, los andaluces de todas las provincias coinciden en depositar su dinero en las cajas de ahorro frente a los bancos, mientras que las administraciones públicas, en los casos de Sevilla, Málaga y Cádiz, prefirieron hacerlo en los bancos.

En cifras totales, los créditos crecieron en todo el país un 16,9% en 2001, frente al 18% del 2002, mientras que los depósitos descendieron crecieron un 14,9% en 2001, pero bajaron un 13,8% en 2002.

Por número de oficinas, en 2002 Andalucía se situó como la segunda comunidad española con más número de sucursales, con el 14,5% del nacional, por detrás tan sólo de Cataluña.

Con 5.670 oficinas, de las cuales 1.649 son de bancos, 2.991 de cajas, 972 de cooperativas de crédito y 58 de establecimientos financieros de créditos. Sevilla con 1.239, Málaga con 977 y Granada con 720 vuelven a situarse a la cabeza de la región en número de sucursales, la mayoría de ellas de cajas de ahorro.

Sin embargo, se ha vuelto a producir un retroceso en la comparativa de sucursales de cajas y bancos en detrimento de los segundos, ya que, a pesar de que ambos tipos de entidades han reducido sus porcentajes —debido a las fusiones bancarias y la consiguiente duplicidad de oficinas—, las cajas de ahorro han pasado de acaparar el 52,2% de las sucursales de la región en 2001 al 51,3% en 2002 y los bancos de un

31,2% en 2001 a un 25,9% en el pasado año, las cifras desvelan que las cajas de ahorro siguen ganado terreno a los bancos y aumentan su diferencial en 6,4 puntos.

Las cajas rurales y las cooperativas de crédito también han vivido últimamente buenos años, con significativos crecimientos tanto en depósitos como en número de oficinas.

No han crecido espectacularmente en cuota de mercado pero sí se han mantenido en un mercado mayor. En concreto han pasado de las 920 oficinas con las que contaban en 2001 a 972 y del 13,3% de los depósitos en Andalucía, a acaparar el 13,5% en 2002. Sin embargo en el capítulo de créditos ha visto reducidas sus cifras, al pasar del 10.3% de cuota de mercado en 2001 al 9,8% en 2002.

La actividad de las cajas de ahorro se ha caracterizado por un fuerte ritmo de crecimiento del negocio, así, el año pasado, el resultado consolidado de las cajas de ahorro andaluzas supuso un 7,2% del resultados global de las cajas españolas.

Por entidades, Unicaja —octava en el ránking nacional por recursos ajenos— obtuvo un margen de intermediación de 455,8 millones de euros, un margen ordinario de 500 millones de euros, que una vez deducidos los gastos de funcionamiento, resultaron 209 millones de euros y unos beneficios antes de impuestos de 179,7 millones millones de euros.

Cajasur, por su parte, consiguió unas cifras de resultados en 2002 que la situaron en el puesto 17 del ránking nacional, con un margen de intermediación de 259,4 millones de euros, un ordinario de 295,7 millones y un margen de explotación de 106 millones de euros. El beneficio antes de impuestos de la caja cordobesa fue de 69,6 millones.

La caja de ahorros de Huelva y Sevilla, El Monte, en el puesto número 15 en el ránking nacional, presentó un margen de intermediación de 252,2 millones de euros, un margen ordinario de 295,4 millones y 115,5 millones de euros en el margen de

explotación, siendo sus resultados antes de impuestos en 2002 de 66,2 millones de euros.

La General de Granada (en el puesto 20), obtuvo un margen de intermediación de 217 millones de euros, un ordinario de 241 y de explotación de 85,8. Su BAI fue en 2002 de 62,4 millones de euros.

La Caja San Fernando (puesto 22) obtuvo unos resultados en su actuación típica bancaria de 181,5 millones de euros, con un margen ordinario de 211 millones de euros y 41,1 millones de euros en el margen de explotación, siendo su BAI de 12,2 millones de euros.

Por último, la Caja Provincial de Jaén (puesto 45, penúltimo lugar en el ranking nacional) obtuvo unos resultados el pasado año de 14 millones de euros en el margen de intermediación, 15,7 en el ordinario, 5,8 en el de explotación y 4,6 de resultados antes de impuestos.

El caso de Cajamar, con un resultado en el primer trimestre de 19,74 millones de euros —lo que supone un incremento del 16,65%— es significativo, ya que su plan de expansión y las últimas aperturas de oficinas tanto en Andalucía como fuera de la región la consolida como la primera caja rural andaluza, tanto por resultados como por volumen de negocio.

La Rural de Córdoba obtuvo un aumento significativo en sus beneficios, que crecieron un 39,92%, superando el millón de euros, tras incrementar los depósitos de clientes un 16,05% con respecto a 2002 y los créditos un 30,54%, hasta los 368,74 millones.

Las rurales de Jaén, Granada y Rural del Sur registraron un fuerte descenso en sus beneficios. La jiennense bajó un 45,60% en el primer trimestre de 2003, hasta los 820.000 euros, aunque aumentó los depósitos en un 6,24% y los créditos un 14,54%.

La Rural de Granada, que cuenta con 157 oficinas, 68.091 socios y 114,2 millones de euros de recursos propios, obtuvo también un incremento en depósitos (5,66% hasta los 1.611 millones de euros) y en créditos (14,07% hasta superar los 1.300 millones de euros), aunque sus beneficios netos cayeron un 21,20% al situarse en torno a 3,7 millones de euros.

2.7.2. *Tipos de interés*

Los tipos de interés a corto plazo aplicados por las entidades de crédito han continuado descendiendo en los últimos meses, siguiendo con su tendencia a la baja iniciada en el mes de mayo de 2002.

En este sentido, el Banco de España ha advertido una y otra vez a las entidades bancarias —una de estas ocasiones fue durante la celebración en la capital sevillana de la reunión de Gobernadores de Banco de Latinoamérica y el Gobernador del Banco de España, Jaime Caruana— que moderen el ritmo en la concesión de préstamos, sobre todo de los hipotecarios, con el fin de prevenir los posibles efectos negativos ante un cambio del ciclo económico.

Una recomendación que parecen haber obviado las cajas, que en marzo registraron un incremento en préstamos del 16,18%.

Según los expertos, la feroz competencia desatada en el sector bancario por la ampliación del mercado, con bancos españoles y bancos extranjeros, cajas de ahorro y cooperativas de crédito, sumado a los bajos tipos, está obligando a las entidades a entrar en una guerra de precios.

La Asociación Española de Banca considera que los bancos españoles ofrecen mejores condiciones que las cajas a sus clientes en cuanto a préstamos —hecho que explicaría que en este capítulo los sevillanos, los malagueños y los gaditanos elijan prioritariamente a estas entidades bancarias para gestionar sus créditos, frente a que estos mismos prefieren a las cajas de ahorros para realizar sus depósitos bancarios.

En el conjunto de los productos de su cartera de activo, esta situación se traduce en una diferencia de tipos a favor de los bancos de 0,20 puntos, lo que en términos absolutos supone más de 600 millones de euros al año y justifica, según la Asociación Española de Banca, que el margen de intermediación de los bancos sea inferior al obtenido por las cajas en el global nacional.

2.8. Sector turístico

Andalucía tuvo el pasado año 21 millones de visitantes, un 1,2% más que durante el ejercicio precedente, considerado especialmente adverso al coincidir con los sucesos del 11 de Septiembre que marcaron un antes y un después en el escenario turístico mundial. No obstante, la cifra del pasado año, aún siendo positiva, debe considerarse de «crecimiento contenido», puesto que en 2001 el número de turistas creció un 10% con respecto a 2000.

Los informes —aún provisionales— que maneja el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (Saeta), dependiente de la Consejería de Turismo, alertan sobre dos incertidumbres que acechan al sector en la Comunidad: los riesgos geopolíticos y la evolución económica de Alemania, dado que se trata del segundo país emisor de turismo extranjero (tras el británico) a Andalucía.

Aún es pronto para calibrar el alcance que tendrá sobre el turismo andaluz la reciente guerra en Irak, pero sí se conocen ya algunos datos sobre la economía germana que, lejos de mejorar, ha entrado oficialmente en recesión al acumular por segundo trimestre consecutivo datos negativos en su Producto Interior Bruto. Ya en 2002 el turismo germano bajó un 6,4% respecto a 2001, si bien mostró un comportamiento menos negativo hacia Andalucía que hacia otros destinos españoles.

Por lo que respecta a los visitantes británicos, los elevados niveles de empleo y la fortaleza de la libra juegan a favor. Así, este mercado ha sido el menos afectado por la desaceleración turística y en 2002 alcanzó el 9% de las pernoctaciones en

establecimientos hoteleros andaluces, entre los meses de enero a octubre, según Saeta.

También ha habido otros mercados de la eurozona que se han comportado de forma positiva en Andalucía, destacando los turistas franceses e italianos, que tuvieron un aumento de pernoctaciones hoteleras del 17 y el 9%, respectivamente, según datos correspondientes a los meses de enero-octubre del pasado año.

De otro lado, el turismo nacional sigue mostrando síntomas de una mayor estabilidad, por lo que se le considera un mercado «muy fiel». De hecho, el 53% de los que visitó Andalucía en 2001 ya lo había hecho durante la misma temporada del año anterior, frente al 30,5% de los extranjeros.

De cualquier forma, las previsiones para los próximos meses son poco concretas, dado que los organismos económicos internacionales afirman que estamos en un periodo de gran incertidumbre, de ahí que sea difícil de concretar cuándo se producirá la recuperación económica y cuál será su magnitud.

El sector turístico sigue siendo la primera industria regional. Actualmente da empleo a 260.000 personas, de las que 209.000 tiene contratos fijos, cifra que presenta 40,000 empleos más que durante el año precedente, según las estimaciones realizadas por el Gobierno andaluz.

Los ingresos generados por la afluencia turística a Andalucía en 2002 fue de 11.904 millones de euros, cifra que representa el 12,5% del PIB regional. Estos datos son sensiblemente inferiores a los del año precedente: 13.1 millones de euros en ingresos (13% del PIB andaluz)

A pesar de este descenso, los análisis realizados por la Consejería de Turismo indican que no se puede calificar a 2002 de «año de crisis, ya que el balance arroja, en todo caso, una estabilidad frente a la desaceleración generalizada de otros destinos».

2.8.1. *Crecimiento hotelero*

No obstante y ciñéndose al pasado ejercicio, los datos provisionales indican que el movimiento hotelero en Andalucía fue de «crecimiento moderado», aumentando un 0,15%, tasa muy inferior a las que el sector estaba acostumbrado en años anteriores. El número de pernoctaciones en hoteles durante el pasado año se situó en los 35,3 millones (50.000 noches más que en 2001). Este resultado se ha debido al aumento en un 0,8% del mercado nacional, mientras que el extranjero presenta una tasa negativa del 0,4%.

No obstante, estos datos aunque moderados contrastan con el descenso en las pernoctaciones registrado en el mercado nacional (-2,6%), especialmente significativos en Baleares (-11,2%) y Canarias (-2,6%), con respecto a 2001. Estas circunstancias han convertido a Andalucía en la primera Comunidad por número de pernoctaciones en hoteles, con una cuota del 19%, pese a perder 0,14 puntos con respecto al ejercicio anterior.

La buena evolución del mercado en años precedentes motivó que el empresariado andaluz del sector haya apostado por el crecimiento de plazas hoteleras.

En 2002, se crearon 7.363 plazas, un 4,3% más, hecho que no se ha correspondido con la demanda, que tan sólo aumentó el 0,15%, según los datos manejados por Saeta.

La oferta turística global en Andalucía, a finales de diciembre de 2002, era de 360.292 plazas, de las que 179.000 eran hoteleras, lo que ha supuesto un crecimiento con respecto al año anterior de 19.261 plazas, un 5,7% más, correspondiendo la mayor parte de la oferta hotelera a establecimientos de 3 y 4 estrellas.

El aumento más importante se dio en el sector de los apartamento (9,5%), seguido del hotelero (8,1%).

Por provincias, fue Almería la que más incrementó registró con un 10,9%, seguida de Córdoba (9,1%), Huelva (7,1%), Sevilla (6,8%), Granada (5,8%), Málaga (4,8%) y Jaén que cierra la lista con un incremento de plazas turísticas en la provincia que se situó en el 3,8%.

Por lo que respecta al movimiento de pasajeros en aviones, los números indican que el estímulo principal ha venido de los vuelos de la propia Unión Europea, con un incremento anual del 8,2%, (datos provisionales), mientras que los de fuera de la zona euro y los españoles registraron caídas del 24% y del 6,3%, respectivamente.

Son los vuelos regulares los que mantienen una mayor demanda, con un aumento del 2,5%, mientras que en resto de España disminuyeron un 1,3%.

Durante 2002 se registraron en los aeropuertos de la Comunidad autónoma más de 14,3 millones de movimientos (llegadas y salidas), frente a los 14 millones del ejercicio de 2001, correspondiendo la mayor parte de los mismos a vuelos regulares procedentes principalmente de la Unión Europea.

Por lo que respecta a los vuelos chárter, registraron asimismo un descenso, que en la Comunidad de Andalucía se situó en el 0,1% y en el ámbito nacional, en el 0,4%.

2.9. El sector primario

2.9.1. Agricultura

Con la reforma de la Política Agraria Común situada como la espada de Damocles sobre la agricultura europea, —y por ende, sobre la andaluza—, los agricultores andaluces siguen avanzando muy satisfactoriamente en la medida de sus posibilidades. El eco de reglas como el desacoplamiento, la modulación o la ecocondicionalidad, que traería consigo la revisión intermedia de la PAC, está

impidiendo que las inversiones en mejoras y expansión de las explotaciones sigan el ritmo adecuado debido a la incertidumbre que existe en todo el sector.

Por otro lado, los entornos rurales siguen esperando la tan necesaria revolución tecnológica que les permita algo tan sencillo hoy en día como poder conectarse a Internet. Precisamente la Red se ha convertido en los últimos meses en uno de los objetivos del Gobierno, que ha establecido un plan para llevar en el período 2003-2007 Internet a 32.258 hogares andaluces que carecen en la actualidad de este «privilegio». Esto producirá beneficios, no sólo a los agricultores y empresarios del campo de esas zonas, sino también a las administraciones que, a partir de ese momento, por ejemplo, podrán recibir los formularios de tramitación de altas y bajas de los trabajadores de las explotaciones.

Del lado del comercio exterior, Estados Unidos reforzó recientemente su sistema de ayudas a la agricultura con la famosa «Farm Bill», la herramienta con la que el presidente de los Estados Unidos, George Bush, ha incrementado las ayudas en un 70%. También del país de las barras y estrellas llegó la Ley de Bioterrorismo, que establece una serie de preceptos difícilmente salivales por quienes no cumplan en el país de origen toda una lista de requisitos, que afectan desde el etiquetado, al envase, pasando por el producto y sin dejar atrás, como era previsible, un buen número de trámites burocráticos. Por suerte para las exportaciones de la agroindustria andaluza, las empresas que llevan los productos fuera de las fronteras españolas están lo suficientemente preparadas como para que estos nuevos requisitos no supongan ningún obstáculo.

La Ronda de Cancún, que se celebró en septiembre, es el lugar al que el comisario europeo de Agricultura, Franz Fischler, llegó con los «deberes hechos», causa, a su juicio, suficiente, como para modificar la Política Agraria Común. Hecho criticado constantemente por las organizaciones agrarias y por el ministro de Agricultura, Miguel Arias Cañete, desde que en junio de 2002 se conocieran las intenciones del comisario de cambiar el sistema de ayudas. A este respecto, Ricardo Serra, presidente de Asaja Andalucía, ha declarado en numerosas ocasiones que, de salir

adelante, estaremos ante «el mayor atentado contra la Agricultura europea». Desde el interior de la Comunidad, Andalucía va creciendo a buen ritmo, por encima del resto del país, con un Producto Interior Bruto (PIB) de un 3%, un 0,1% superior al del resto de España en 2002. A pesar ocupar la penúltima posición en el ránking de PIB por habitante y año, y con un desempleo que supera el 18%, —algo que supone un lastre para la convergencia real de Andalucía—, la Producción Final Agraria (PFA) de 2002 arrojó unos datos inéditos: 9.050 millones de euros. Este incremento supuso que la PFA fuera un 14% superior a la del año anterior y tuvo como principales impulsores al aceite de oliva y la aceituna de mesa, que tuvo cosechas récord durante la campaña 2001-2002.

En el sector agrario andaluz trabajan 262.400 personas, un 27,22% de los trabajadores agrarios de este país, que reciben ayudas de la Unión Europea por valor de un 20% de la Renta Agraria Andaluza.

Los precios siguen preocupando a los agricultores, puesto que el aumento de los márgenes comerciales es el único y principal causante de la subida generalizada de los precios, que ascendieron un 3% en 2002; paradójicamente, los precios percibidos por los agricultores disminuyeron un 8,45% (4,4% productos vegetales y 13,4% los animales).

Del apartado de los cultivos, la situación actual es la que sigue:

- **Cereales.** Andalucía posee unos datos muy satisfactorios con una media de producción por encima de los 2.000 kilogramos por hectárea, —Sevilla llega en los casos extremos a 3.250 kilogramos por hectárea—. Sin embargo, estos datos traen consigo, además de unos rendimientos excepcionales, fuertes penalizaciones por rebasamiento de la superficie de base.

Por provincias, Granada es la más perjudicada por las penalizaciones (sembró en 2.002, 24.414 hectáreas, superando su cupo en 9.951), mientras que Málaga es la que se ha visto afectada en menor medida, al sufrir «sólo»

un 15,63% de penalización. Sevilla, primera provincia productora de trigo duro de España, sembró 188.608 hectáreas, superando su cupo en más de 50.000.

La obligatoriedad de utilizar semilla certificada se mantiene, aunque se ha incrementado la cantidad de ésta con relación a la campaña anterior, ascendiendo de 125 a 180 kilogramos por hectárea.

- **El maíz**, cultivo que sufre continuas penalizaciones, sigue descendiendo, a pesar de las limitaciones en la siembra de algodón, pasando de 56.280 a 53.387 hectáreas de superficie. La ayuda compensatoria del maíz es, en la actualidad, de 456,89 euros por hectárea.
- **El Girasol**. A pesar del «fracaso» de la ayuda medioambiental, que prometía paliar el posible descenso del cultivo, la producción media de éste en Andalucía ha estado por encima de la de España (1.000 kilogramos por hectárea). Sevilla, por ejemplo, ha producido un promedio de 1.250 kilogramos por hectárea.
- **La Remolacha**. Los buenos datos de producción se oponen a los referentes a penalizaciones. La Unión Europea decidió el pasado mes de octubre recortar la cuota de este cultivo para todos los países miembros. España tendrá que eliminar 22.800 toneladas de azúcar, algo que afectará a la próxima campaña en el ámbito de contratación. En la presente, se han producido algunos problemas con las siembras de secano, debido a la falta de precipitaciones; por contra, las lluvias que se produjeron a principios de año han retrasado muchas siembras en regadío al impedir la preparación adecuada de las tierras.

A lo largo de este año, la Comisión de Agricultura de la Unión Europea debe presentar un informe sobre el funcionamiento de la OCM actual, acompañado, si lo estima oportuno, de las modificaciones legislativas pertinentes. Éste deberá contener, además, los cambios referentes a la ampliación de la UE tras la adhesión de los últimos estados miembros.

- **Arroz.** El cultivo sigue en la línea ascendente de los últimos años. El sector sigue preocupado por la revisión intermedia de la PAC, ya que ésta no contempla la desaparición del precio de intervención, que sitúa a los arroceros de la UE a un nivel inferior en el mercado mundial. También es motivo de preocupación la entrada de arroz «camuflado» que podría penetrar en las fronteras de la UE como arroz proveniente de los países menos desarrollados, —en virtud de lo acordado en el tratado de «Everything But Arms» (Todo Menos las Armas)—, a precios muy inferiores a los ofrecen los productores de la UE, algo que acabaría dañando gravemente al sector arrocero español. Por otro lado están las penalizaciones, que también amenazan al arroz. En 2002, estas llegaron a reducir la ayuda compensatoria en un 35,40%. En esta campaña se ha vendido prácticamente toda la cosecha andaluza.
- **Algodón.** La polémica ha copado casi todo el interés de una campaña en la que las producciones han pasado a un segundo nivel de importancia. El Ministerio de Agricultura publicó a mediados de enero una orden que limitaba la siembra de algodón basándose, únicamente, en la rotación de cultivo. Adicionalmente, dejaba en manos de cada comunidad autónoma la potestad para dejar exentas de rotación a aquellas explotaciones que tuvieran menos de 5 hectáreas de algodón.

La Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía añadió una limitación más: prohibía la siembra en aquellas parcelas catastrales que no hubieran tenido algodón en los últimos tres años. A este respecto, Asaja Sevilla declaró que «para tener precios rentables hay que obligar a rotar el cultivo de todos los algodoneros, salvo a los pequeños que, lógicamente, han de tener un trato especial por sus circunstancias. Precisamente el problema está en la pequeña dimensión de las explotaciones, incapaces de generar el suficiente valor añadido como para mantener a una familia en pleno siglo XXI, con algodón o con cualquier cultivo alternativo».

Posteriormente, el problema vino de la mano de los diez días en los que la Junta prorrogó el plazo para acogerse a la superficie de excepcionalidad, que permitiera cultivar algodón en esta campaña. Finalmente, se acogieron 690 hectáreas más de las previstas, algo que motivó un conflicto en el que la Junta pedía ayuda al Gobierno, mientras que éste, a través del MAPA, aseguraba que «era la Junta quien debía solucionar el conflicto con arreglo a derecho». Mientras tanto, desde la UE, el director general de la Comisión Europea, desautorizaba a la Junta y al Ministerio a proporcionar estas ayudas, ya que serían consideradas como «una infracción a la normativa comunitaria».

Finalmente, la cantidad final elegible con derecho a ayuda se acercará, según estimaciones de Asaja Sevilla, a 320.000 toneladas.

- **Frutas y hortalizas.** La climatología ha sido favorable a este cultivo. Las producciones se han situado a niveles normales o al alza. No obstante, los precios han disminuido, situándose algunos de estos por debajo de los costes de producción. En noviembre, las frutas y hortalizas sufrieron un nuevo bloqueo francés, algo que motivó la exigencia de la patronal agraria a los ministerios de Agricultura y Asuntos Exteriores para que actuaran en consecuencia.

La producción de cítricos se incrementó con respecto al año anterior, y los precios se mantuvieron dentro de los márgenes habituales. La campaña comenzó con ciertas incertidumbres porque se desconocía si se iban a poder exportar o no clementinas a los Estados Unidos, exportaciones que, finalmente, se restablecieron en el mes de octubre pasado.

- **Frutas de hueso.** La producción de nectarina y melocotón aumentó un 20% en Andalucía, mientras que los precios disminuyeron considerablemente para los agricultores. La comercialización ha sido algo más difícil que en otras campañas, debido al retraso de España con relación a Italia y Francia, cuyas cosechas se adelantaron, al menos, una semana.

En general, las frutas de «verano», y más especialmente el melocotón y la nectarina están sufriendo importantes crisis de mercado, que se ven acrecentadas por un menor consumo.

- **Patatas.** Las correspondientes a la variedad «temprana» tuvieron un desarrollo adecuado. Esta ocupa una superficie de 10.088 hectáreas en Andalucía. Las variedades de «media estación» y las «tardías» han estado sumidas en una importante crisis de precios, debido al exceso de oferta en el mercado. Estos precios han estado por debajo de los costes de producción. Paradójicamente, el consumidor ha pagado más de un 900% del precio percibido por los productores.
- **Ajos.** Gracias al Reglamento Comunitario de Contingentación de Entradas, el sector ha experimentado una mejora considerable. De las 200.000 toneladas recolectadas en el ámbito nacional, 80.000 corresponden a Córdoba, primera provincia productora de ajo en España.
- **Espárragos.** La producción ha sido de 33.076 toneladas en toda Andalucía. Sevilla produjo el 8% de esta cantidad. Los precios han estado marcados por la mala situación de los mercados.
- **Vitivinícola.** El sector estuvo marcado por las posibles repercusiones que tendría la inclusión del vino dentro de la Ley de Prevención del Consumo de Bebidas Alcohólicas. Finalmente, la citada Ley considerará al vino como producto alimentario con unas pautas de consumo y una tradición específicas.

En 2002, la producción nacional ascendió a 36,7 millones de hectolitros, lo que supone el 23% de la producción europea.

- **Aceite de oliva.** La constitución de la Interprofesional ha centrado la atención en los últimos meses. Finalmente, formarán parte de ésta, Asaja, envasadores, exportadores, almazaras, industriales y cooperativas.

En 2002 se alcanzó un récord de producción de aceite de oliva, de exportación y de consumo interior. La producción superó las 1.413.000 toneladas y las ventas, las 1.237.000. El Sistema de Identificación Geográfica (SIG) oleícola ha sido una de las grandes novedades de esta campaña, una herramienta que permitirá incrementar la transparencia del sector y permitirá que la Comisión reconozca la potencia oleícola española. Gracias a este sistema, se han digitalizado casi dos millones y medio de parcelas.

La nota negativa, como en otros cultivos, la ponen las penalizaciones. España ha rebasado su cupo de 760.027 toneladas con derecho a ayuda, lo que implica que se ha perdido casi el 52% de la ayuda.

- **Aceituna de mesa.** También pendiente de la constitución de una Interprofesional que, parece ser, está cada vez más cerca, el sector de la aceituna de mesa se enfrenta también a la búsqueda de nuevos mercados y a la recolección mecanizada, como llaves para aumentar la eficiencia. También se está produciendo una reconversión varietal y se está modificando la puesta en riego de las explotaciones, lo que está permitiendo una modernización y un incremento de la productividad. Sin embargo, este aumento de producción no ha ido acompañado por un incremento del consumo, algo que ha derivado en mayores stocks para la próxima campaña. Sevilla sigue siendo la primera productora en el ámbito nacional, con el 65% de la producción de España.

2.9.2. La Ganadería en Andalucía

- **Carne de vacuno.** Tras la crisis de las «vacas locas», que dejó al sector en 2001 muy dañado, éste ha tendido a estabilizarse, aunque se mantienen algunas secuelas. Los precios continúan siendo un 3% inferiores a los registrados en los meses anteriores a la crisis.

- **Leche.** Continúa el descenso de los precios que comenzó en otoño de 2001. Al igual que en casos anteriores, esta disminución importante no se ha visto reflejado en la bajada de los precios al consumidor.
- **Porcino.** En 2002 se criaron en Andalucía casi 900.000 cerdos ibéricos, el 40% de los que se producen en España. La campaña ha sido, en líneas generales, buena, con precios en torno a los 24 euros por arroba, cifra que aumenta para los cerdos de bellota.
- **Ovino y caprino.** La OCM aprobada en 2002 estableció una prima fija de 21 euros para las ovejas productoras de corderos pesados y 16,8 euros para las que producen leche y las cabras. Se establecieron, asimismo, unos «sobres nacionales» por un montante total de 72 millones de euros, de los que corresponden a España un total de 18,827. Este dinero se distribuyó linealmente entre los productores de ovino y caprino, algo que se consideró de forma positiva por Asaja.

En líneas generales, la agricultura andaluza avanza por buen camino, pero necesita un mayor compromiso por parte de las administraciones para poder abordar algunas de las necesidades más imperiosas para su desarrollo. La modernización en los regadíos, los avances tecnológicos, la disminución de los márgenes comerciales o que exista un mayor reflejo del precio final en el que reciben los productores, son algunas de las mejoras que deben producirse en el sector con vistas a que éste siga siendo uno de los motores de la economía andaluza.

2.9.3. La pesca

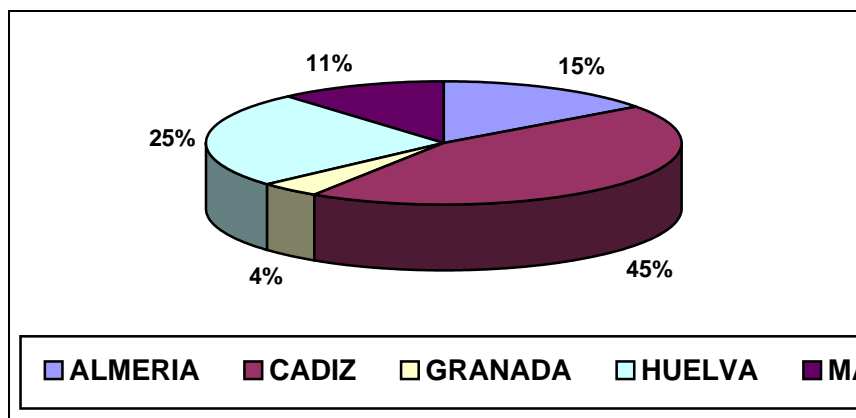
- ***Importancia económica de la actividad pesquera en Andalucía***

Este punto se aborda desde una doble vertiente según las fuentes disponibles: de una parte los estudios sobre Renta Nacional y de otra las Tablas Input Output.

- **Contribución de la pesca a la producción y al empleo**

Según los últimos datos disponibles la pesca generaba en Andalucía ingresos por 162.739.000 € empleando a menos de 19.000 personas que faenan en más de 2.900 buques. La distribución del valor de la pesca, por provincias se indica seguidamente:

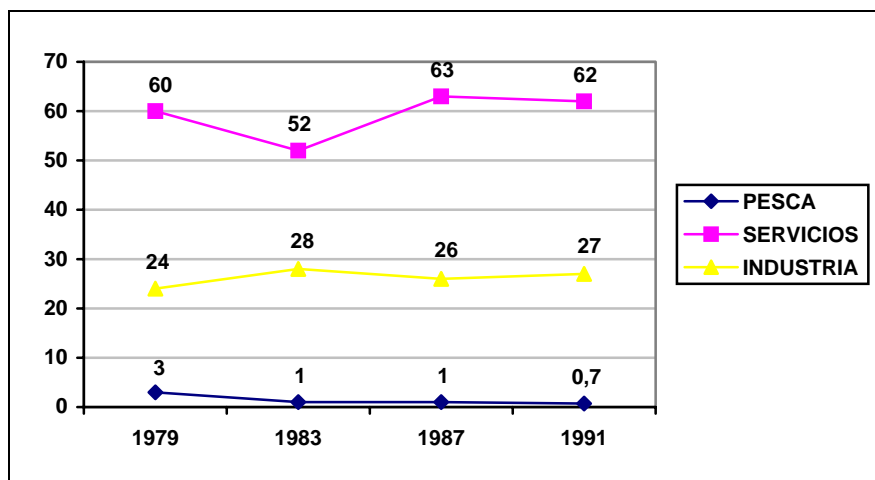
Valor de la pesca por provincias (en %)



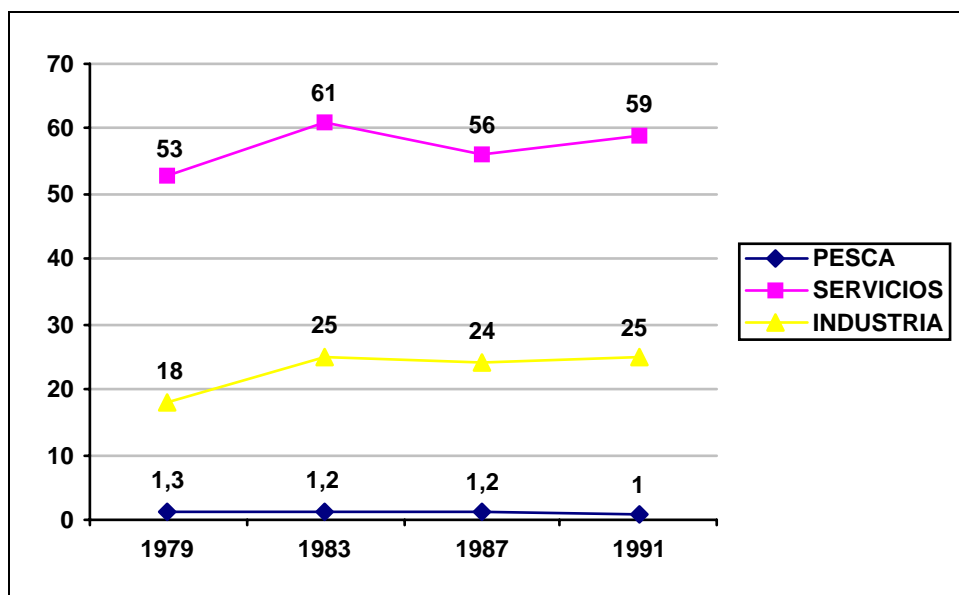
Fuente: C.A.P. Junta de Andalucía, 1997

La actividad pesquera, dentro del marco general de la economía andaluza muestra una tendencia descendente que se corresponde con la terciarización de la economía regional, tanto en términos de VAB como de empleo. Las gráficas siguientes muestran la evolución de la pesca, respecto al sector servicios para ambos conceptos en los últimos años.

Aportación Sectorial a la producción andaluza (%)



Fuente: C.A.P. Junta de Andalucía

Aportación sectorial al empleo andaluz (%)

Fuente: C.A.P. Junta de Andalucía

Estas cifras parecen señalar que la actividad pesquera se configura más bien como refugio de empleo, y no como generadora de valor añadido. Apoya esta afirmación el hecho de que, siendo la tasa de paro en Andalucía, diez puntos superior a la española, la aportación del sector pesquero andaluz al empleo es un 75% superior al nacional.

El análisis de las Tablas Input Output de la economía andaluza, aun cuando data de 1.990 muestra que la pesca es una actividad con escaso peso específico en relación a variables como VAB, Comercio Exterior, Consumos Intermedios, Empleo, etc, su relevancia estriba más en su arraigo social que en su importancia económica.

El Cuadro muestra cifras sobre la contribución del sector pesquero a la economía andaluza. De ellas se desprenden una serie de conclusiones:

- La productividad aparente de sector es de 2,2 muy inferior a la ya baja productividad andaluza (3,6).

- El empleo generado por la pesca no llega al 1,4% del empleo total en Andalucía, con un coste salarial inferior a la media. Estos costes representan el 0,9% del total de la economía andaluza, mientras que el excedente bruto de explotación solo alcanza el 0,7%.
- La pesca andaluza presenta un déficit comercial superior a los cien millones de euros, fundamentalmente con el resto de España, lo que indica que la oferta pesquera andaluza es insuficiente para cubrir las demandas de la economía regional. (tan solo en un 60%).

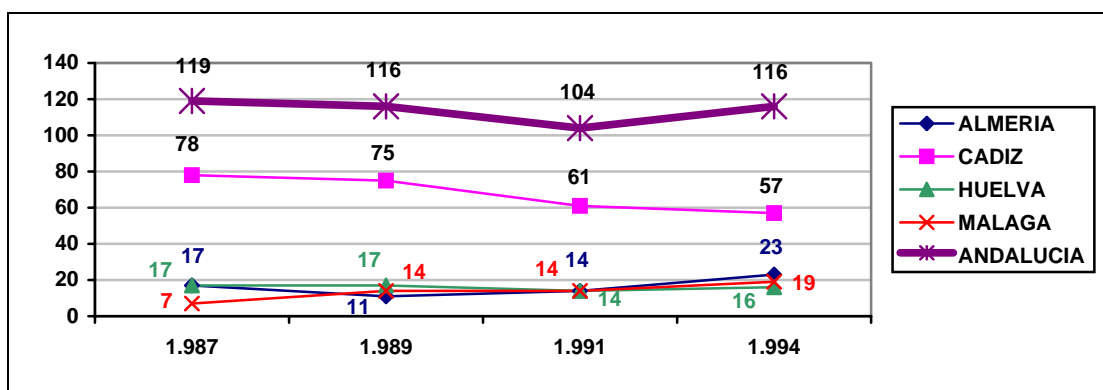
La integración de la pesca en la economía regional es reducida y con escasa capacidad de arrastre. Esto no es consecuencia, exclusivamente, del hecho de que la pesca sea un sector primario, ya que existes otras actividades (cereales, olivar²⁵...) con producciones superiores y mucho más integradas.

La pesca dirige, básicamente, sus productos al consumo final pero se muestra escasamente alterada por cambios en dicha demanda y sus impulsos de crecimiento sobre el conjunto de la economía regional son escasos.

Significación económica de la actividad pesquera en las provincias del litoral andaluz

Las estadísticas pesqueras son, a nivel provincial, de una fiabilidad menor debido a diversas razones: buena parte de la flota no descarga sus capturas en sus puertos de origen y a la inversa, la mayor intervención de los empresarios en el proceso de comercialización, fuera de los “partes de venta” de las lonjas, etc, ... A pesar de todo ello es posible, al menos la evolución y tendencias, tanto de la producción como de los precios en un periodo suficientemente extenso.

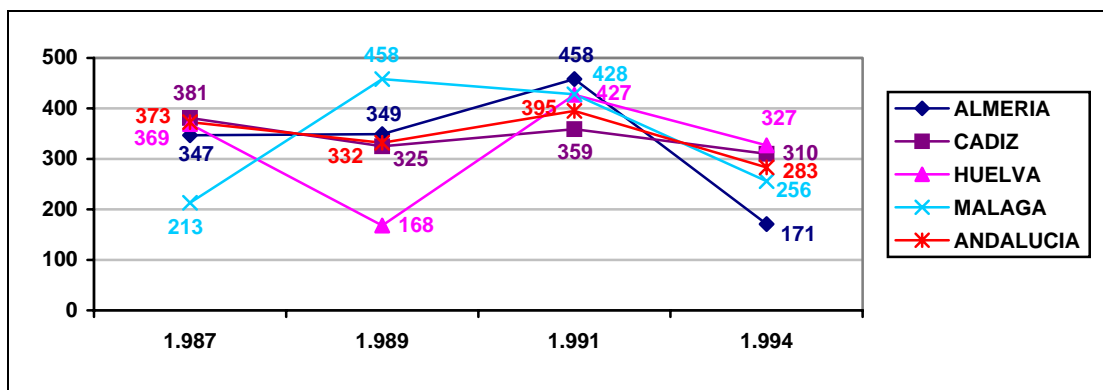
Evolución de la pesca desembarcada por provincias (tm)



Fuente: D. G. Pesca. Junta de Andalucía

Los precios medios de pescado en bruto han incrementado su valor por debajo de la inflación acumulada lo que indica que el sector ha visto reducirse el valor real de sus capturas de forma alarmante.

**Evolución de los precios de la pesca desembarcada en Andalucía
(en pesetas constantes)**

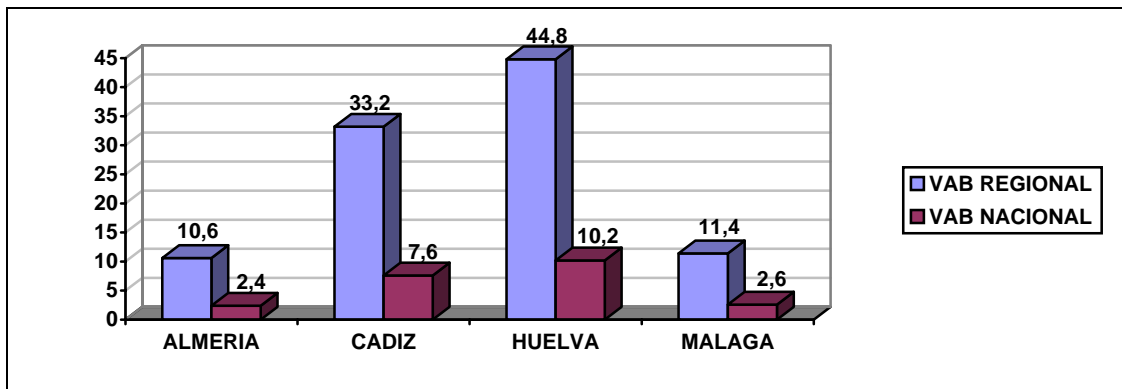


Fuente: D. G. Pesca. Junta de Andalucía

Las causas de esta situación pueden achacarse a las dificultades de acceso a nuevos caladeros, a las importaciones masivas de otros países y, por supuesto, a la escasa transparencia de los canales de comercialización de productos pesqueros.

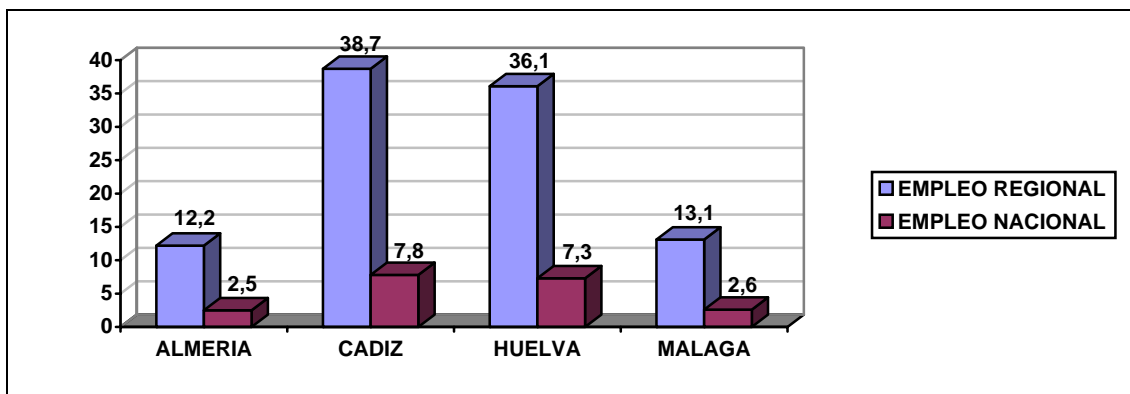
Los siguientes gráficos muestran los pesos de las distintas provincias andaluzas, en términos de VAB y empleo dentro del sector pesquero, a nivel regional y nacional.

Aportación provincial andaluza al VAB del sector pesquero (porcentajes)



Fuente: CAP. Junta de Andalucía, 1997

Aportación provincial andaluza al empleo del sector pesquero (porcentajes)



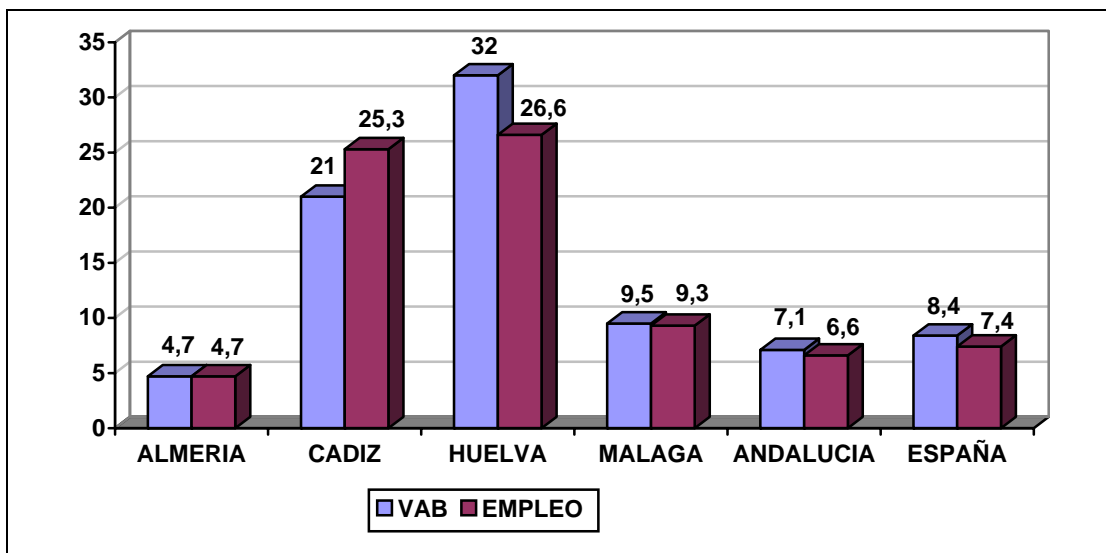
Fuente: CAP. Junta de Andalucía, 1997

Hay que destacar que las provincias atlánticas son las primeras, tanto en generación de VAB como de empleo. En las provincias mediterráneas la pesca tiene más importancia relativa como generadora de empleo, con productos generalmente muy relacionados con la actividad turística, muy intensa en esas costas.

En relación con la economía provincial y, más concretamente, con el sector primario en la provincia, destacan las actividades pesqueras de Huelva y Cádiz que suponen el 32% y el 21% del VAB respectivamente y eso en provincias como Huelva que ha sido propuesta como paradigma del moderno sector hortofrutícola. De igual manera

la contribución al empleo de la pesca, relativa al empleo del sector primario es del 26,6% y 25,3% en Huelva y Cádiz respectivamente.

Contribución de la pesca al sector primario (porcentajes)



Fuente: CAP Junta de Andalucía, 1997

La actividad pesquera presenta todas las características de un sector primario, pequeño y periférico. Su importancia económica resulta relevante tan solo en el marco de algunas economías locales y, en función de su importancia social, como refugio de empleo. Presenta todas las características de un sector subdesarrollado: economía de “enclave”, escasa integración sectorial, baja productividad, ... todo ello inscrito en una economía con bajo nivel de desarrollo, como la andaluza.

2.10. Economía social

La Economía Social se ha convertido en un sector clave para el desarrollo de Andalucía, debido al crecimiento que ha experimentado en los últimos años.

Según la Confederación de Entidades para la Economía Social en Andalucía (CEPES-A), la Economía Social es «una forma específica de hacer empresas, que tiene comportamientos dinámicos y ágiles, así como una incuestionable presencia en

la sociedad. De esta forma, dicho concepto comprende cualquier forma empresarial que integre a todas las novedades organizativas y sus correspondientes figuras jurídicas, surgidas como respuesta a las diversas necesidades que plantea la cohesión social».

El dinamismo de este sector lo constata el hecho de que una de cada nueva empresas creadas en Andalucía en los tres primeros meses del año pertenezcan a la Economía Social, que en total registró la constitución de 667 nuevas cooperativas y sociedades laborales en el primer trimestre de 2003, lo que supone aproximadamente ocho al día.

La constitución de empresas de Economía Social entre enero y marzo aumentó un 28% respecto al mismo periodo de 2002 y el empleo creció un 35% hasta sumar 2.700 puestos de trabajo, según los datos ofrecidos por Fernando Toscano, director general de Economía Social de la Junta.

Además, en este segmento de la economía andaluza hay registrados 85.000 empleos directos, lo que sitúa a esta comunidad como la primera región española en cuanto a número de trabajadores en Economía Social se refiere.

Actualmente, existen en esta región 9.200 cooperativas y sociedades laborales, lo que supone un 22% del total nacional, con 610.000 socios. Este tipo de empresas, que están implantadas en más del 82% de los municipios andaluces, producen en la actualidad en torno al 12% del PIB de la comunidad.

Debido a este gran auge, la Junta de Andalucía, los sindicatos UGT y CC.OO de Andalucía, y la CEPES-A han constituido recientemente la Comisión de Seguimiento del I Pacto Andaluz por la Economía Social. Este acuerdo, que tiene como función principal el análisis y seguimiento de la evolución de la Economía Social en la región andaluza, es pionero en Europa.

Dicho pacto está articulado en tres ejes estratégicos:

- El desarrollo del tejido empresarial
- La creación de empleo estable
- La vertebración del sector.

El fin del primer eje se concreta en aumentar la competitividad de las cooperativas y sociedades laborales. De este modo, el pacto persigue la introducción de las nuevas tecnologías en las empresas sociales.

De igual forma, se apoyará la creación de empresas mediante incentivos que cubran hasta el 50% del importe de las inversiones, con carácter general, y hasta el 65% con carácter excepcional para empresas formadas por colectivos desfavorecidos (jóvenes, mujeres, personas con discapacidad y parados de larga duración).

En el capítulo de incentivos también hay que destacar los que están dirigidos a la consolidación del sector. En este sentido, se concederán subvenciones que cubran el 40% de las inversiones y hasta el 50% en el caso de los colectivos antes mencionados, para aquellos proyectos que consigan la modernización y la ampliación de equipos productivos, a la vez que creen o mantengan el empleo.

La generación de trabajo es otro de los objetivos del pacto, para lo cual, dentro del plan, se contempla la puesta en marcha de experiencias de empleo y prácticas para jóvenes, subvencionando sus salarios. También se seguirá desarrollando la Red de Escuela de Empresas como instrumento de asesoramiento integral a las empresas de Economía Social de todo el territorio.

Precisamente, en los últimos días la Junta ha firmado con la CEPES-A un convenio de colaboración para facilitar la formación profesional de sus trabajadores y la inserción laboral de los desempleados. En este programa se impartirán 465 cursos que irán dirigidos a 7.000 alumnos.

Por este motivo, la Consejería de Empleo destinará este año 6,2 millones de euros a este programa formativo, al que se suman otras subvenciones para potenciar el asociacionismo (3,3 millones) y para estudios sobre Economía Social (1,8 millones).

El último eje del I Pacto Andaluz por la Economía Social está encaminado a buscar la vertebración del sector, objetivo que se cimienta en la creación del Consejo Andaluz de Economía Social, que tendrá carácter consultivo y asesor para la Administración autonómica, así como la puesta en funcionamiento de un Observatorio específico.

2.10.1. Las cooperativas, factor clave en el campo andaluz

Dentro de la Economía Social, si hay un tipo de empresa que se ha constituido en factor clave para la evolución del sector agroalimentario andaluz, ha sido sin lugar a dudas, las cooperativas.

Desde que este tipo de sociedad comenzará a constituirse a mediados del siglo XX, el campo andaluz ha podido hacer frente poco a poco a uno de sus históricos problemas: el hecho de que fuera mínimo el porcentaje de los beneficios por la venta de los productos que llegaba a manos de los encargados de su cultivo y recogida, quedándose la mayor parte de ellos en las arcas de las empresas encargadas de su transformación y posterior venta.

De este modo, el principal logro de las cooperativas ha sido la unificación de todo el proceso productivo, desde su cultivo a su comercialización.

Además, en los últimos años, estas empresas se han volcado en la modernización de sus tecnologías, para ofrecer un producto de alta calidad, cada vez más competitivo en el mercado nacional e internacional, así como en la creación de comercializadoras para aumentar su exportación.

3. CONSIDERACIONES SOBRE EL SECTOR OLEÍCOLA

3.1. Introducción

El sector del aceite de oliva reviste una importancia notable tanto en el ámbito nacional como internacional. Desde su introducción en la Península Ibérica, probablemente por parte de los romanos y árabes alrededor del siglo VI a.C. El olivo está considerado como símbolo de paz, felicidad y de la cultura mediterránea, además de producir aceite de oliva. El origen de esta planta se puede estudiar observando el vocabulario oleícola español. Del vocablo griego “elaia” deriva la palabra latina “olea” y “olivum” (olivo); de la palabra hebrea “zait” viene la palabra árabe “az-zait” y “zaitum” que posteriormente han dado lugar al nombre español de aceite y aceituna.

España ocupa junto con Italia el primer puesto en la clasificación de los países productores de aceite de oliva a nivel mundial. Cuenta con un patrimonio olivícola de más de 200 millones de olivos. El olivo, planta típica mediterránea, se ha difundido sobre todo por la zona limítrofe del Mediterráneo, llegando incluso su distribución a las Islas Canarias y el País Vasco, aunque en estas últimas regiones su importancia es muy limitada.

Según los datos del Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación, en el año 2002, la superficie olivarera total era de 2.541.100 ha, lo que supone cerca del 21% de la superficie agrícola nacional y el 34% de la superficie olivarera mundial; fundamentalmente el olivar cultivado se dedica a la producción de aceite y solamente 200.000 ha a la producción de aceituna de mesa.

La importancia del sector oleícola en España desde el punto de vista social es notable ya que si se consideran que son necesarias alrededor de 50 millones de jornadas de trabajo en una campaña oleícola media, el valor supone del orden de 2.000 millones de euros.

Andalucía con el 60% de la superficie olivarera española produce el 80% del aceite de oliva; el resto se produce principalmente en Castilla-La Mancha, Extremadura y Cataluña.

La producción oleícola española representa más del 77% de la producción mundial. Al inicio de la década de los años noventa la producción de aceite de oliva era alrededor de 550.000 toneladas/año, no obstante en la última campaña la producción ha superado 1.6 millones de toneladas.

Según un reciente estudio sobre el consumo de aceite en España el consumo de aceite de origen vegetal representa cerca del 90% del consumo total de aceites y grasas en la alimentación de los españoles; el aceite de oliva es el que más se consume, de hecho representa 53% del consumo per capita del aceite vegetal (11,7 l/año sobre un total de 22,2 l/año) seguido del aceite de girasol (8,8 l/año). Este último tipo de aceite se utiliza sobre todo, a causa de su bajo precio, para la fritura de alimentos.

Sobre el total de aceite de oliva consumido en España, solamente el 13,5% (1,6 l/año) era virgen mientras en Italia los aceites de oliva vírgenes representan una cuota próxima al 59% del total de aceite de oliva producido. El aceite de oliva, sobre todo el extra virgen, es un alimento consumido tanto por motivos hedonísticos como por aspectos nutricionales. La presencia del aceite de oliva virgen en el consumo familiar está muy limitada al sector de la restauración probablemente debido a que una alta proporción de la población española ignora la existencia de aceite de oliva virgen; todos estos hechos confirman que la imagen del aceite de oliva no corresponde, en general, a las características objetivas que el producto posee.

En lo que respecta al sector de la aceituna de mesa, España es el primer país con una producción que representa cerca de 3 veces la producción italiana y el 60% de la U.E

Alrededor del 50% de la producción se dedica a la exportación y el resto al consumo interno; éste dato indica que el consumo per cápita de aceituna de mesa en España es de alrededor de 3 kg/año.

El método tradicional de elaboración más difundido para el consumo de la oliva en verde consiste en un primer tratamiento con sosa cáustica y posteriormente inmersión en salmuera al 8-10%.

3.2. Olivicultura Española

El olivar ha representado el sistema agrario productor de aceite por excelencia en la cuenca mediterránea. Junto a las rotaciones de cereales y leguminosas, y al viñedo, ha constituido la base de la agricultura de secano de los países ribereños desde hace más de dos mil años. Se trata, en general, de un sistema de producción basado en la excelente adaptación de la planta a las condiciones de sequía de su área de cultivo. Varios son los trazos que configuran la historia del olivar español: el aumento de la superficie plantada que ha conducido progresivamente a la roturación de suelos marginales; el carácter eminentemente comercial de su cultivo (destinos); y, la disponibilidad de mano de obra abundante y barata.

Interesa destacar algunos aspectos de relieve de la que es la estructura productiva del olivar español: la edad, la posibilidad de mecanización y la productividad. En Andalucía, los datos disponibles reflejan que más de un 75% del olivar tiene una edad superior a los 50 años; el olivar mecanizable se sitúa en torno al 70% y, según criterios de productividad, tan sólo el 25-30% (como valor medio) del olivar andaluz supera el nivel de marginalidad situado en los 1500 kg/ha. Estos datos revelan el problema principal del olivar español, es decir, se trata de una estructura productiva obsoleta cuya reconversión es difícil y lenta debida a la longevidad de la especie y a la situación de crisis del sector en numerosas comarcas.

El olivar intensivo se ha propugnado como alternativa al tradicional. Los objetivos de este nuevo sistema comportan un incremento de la productividad (por ha y en el tiempo) y la mecanización del cultivo, en particular de la recolección. La nueva olivicultura se basa en el empleo de técnicas usuales en el cultivo de especies frutales. La preparación del suelo, el aumento de la densidad de plantación, la propagación en vivero, la formación de árboles en un solo tronco para facilitar la recolección mecanizada, un ligero aumento de la fertilización y el recurso a riegos complementarios o permanentes en olivar de mesa son las principales innovaciones. Actualmente, las plantaciones intensivas tan solo representan el 2,5-3% del olivar nacional.

En cuanto al material vegetal utilizado, se presentan una serie de características definitorias: antigüedad, diversidad y localización específica del material vegetal, y ausencia generalizada de patrones. Puede decirse que, en España, se cultivan las mismas variedades que hace cientos de años, lo que es típico de situaciones en las que no se ha realizado ninguna presión de selección, ni generado nuevos cultivares. Los trabajos realizados al respecto se vienen desarrollando desde los últimos 50 años: selección clonal en distintas variedades y aspectos metodológicos en la selección y mejora del material vegetal ,inducción de mutaciones etc...

Tal y como ocurre en otras especies leñosas en cultivo, una buena variedad de olivo debe satisfacer determinadas necesidades comerciales y ha de ser susceptible de originar una producción rentable, es decir de manifestar una elevada eficiencia productiva.

En el caso del olivo puede concretarse que los objetivos de selección y mejora afectan a los siguientes aspectos:

- Producción, en términos de cosecha, precocidad en la entrada en producción, adaptación y regularidad.

- Adaptación a la recolección mecanizada con incidencia en vigor, porte y volumen del árbol, así como tamaño, retención y maduración de la aceituna.
- Aptitud rizógena.
- Rusticidad o resistencia a condiciones ambientales adversas.
- Resistencia a plagas y enfermedades, fundamentalmente las que tienen una incidencia marcada sobre la calidad de los frutos.
- Calidad de la aceituna y del aceite de oliva, tanto en aceituna de mesa como de almazara.

La situación actual, por tanto, presenta un abanico excesivamente amplio de variedades que cifran en más de 250 y que clasifican en: principales, secundarias y difundidas. Por otra parte, el material disponible no se encuentra suficientemente difundido en el ámbito nacional (ni tan siquiera para las variedades más importantes) lo que representa un inconveniente importante de cara a la homogeneidad y calidad de las producciones. Por último, no hay tradición alguna en el uso de portainjertos, salvo en el caso de variedades con dificultades para enraizar como la Gordal Sevillana, Empeltre, Manzanilla de Sevilla, y otras. En tales casos se recurre a Lechín de Sevilla, Verdial de Huelva, Verdial de Badajoz y Royal de Calatayud, así como a injertar acebuches.

Puede concluirse que el futuro de la olivicultura en España y a la vista de la problemática que la rodea, pasa necesariamente por el desarrollo de programas de mejora varietal de la especie que recojan los objetivos de selección anteriormente apuntados.

3.3. Situación actual

El sector oleícola andaluz se encuentra en una situación complicada a causa de la nueva Política Agraria Común, ya que las nuevas disposiciones, introducidas con la reforma actual, afectan directamente:

- al sistema de subvenciones

- a los agricultores del sector del olivo
- a la creación y mantenimiento del empleo en el campo andaluz.

Con el objetivo de analizar y conocer cómo las reformas en este plan influyen sobre las Comunidades en las que tendrá vigor, se plantea la necesidad de profundizar en el estudio de sus consecuencias.

Las políticas agrarias actuales son sumamente restrictivas. Han condicionado un estilo de vida entre los empresarios agrarios e industriales de este sector del campo andaluz, en especial en el ámbito agrario donde actualmente se han desarrollado conductas con un alto grado de dependencia del subsidio agrario.

Se viene constatando la existencia de pocas motivaciones para continuar con la actividad de explotación agraria una vez instalada esta nueva política.

En algunos estamentos vinculados al tema, se teme que este cambio pueda generar un abandono de la explotación oleícola debido al bajo margen de ganancias que se habrán de generar en esta actividad.

Por otra parte, los mercados internacionales exigen que los productos que se comercializan gocen de calidades y precios que permitan un alto grado de competitividad y rentabilidad.

Las políticas agrarias aplicadas hasta ahora permitían un cierto nivel de desarrollo que entra en una nueva etapa.

Todo esto plantea una nueva situación de la que se pretende conocer las consecuencias percibidas, qué puede favorecer una minimización de los riesgos de pérdida de empleo, qué actuaciones pueden generar nuevos puestos y qué posturas políticas pueden frenar las repercusiones no deseadas.

Qué efectos tendrá sobre el sector, sobre la población en general, sobre la vida familiar y social así como sobre los hábitos de la población.

Se trata de evaluar el impacto de la reforma de la Política Agraria Común concretamente en el sector del olivicultivo y las consecuencias sobre el empleo en el sector andaluz analizando las diferentes opiniones de todos los involucrados:

- El discurso colectivo sobre este tema, de los empresarios productores e industriales, de los representantes de las administraciones locales.
- Cuál es la percepción sobre la actual situación en el sector en Andalucía, nivel actual de empleo y de ocupación, desarrollo del comercio interior y exterior, inversiones y perspectivas actuales de negocio y de crecimiento.
- Cómo se cree que ha de influir la modificación de la aplicación de la PAC a partir del 2004, qué cambios se esperan y en qué niveles, grado de disponibilidad de los empresarios para emprender cambios, motivaciones o alicientes que podrían facilitar un cambio estructural que repercutiera en las actitudes de la población en general.
- Qué factores debieran intervenir y de qué modo para que esto sea posible.
- Qué repercusiones sobre el empleo han de tener estos cambios y cuál es la representación social actual de los posibles efectos mediatos o inmediatos sobre el empleo, cambios posibles, variaciones en la oferta y en la demanda así como en el perfil profesional necesario.
- Cómo es su perspectiva sobre el futuro desarrollo, las necesidades y expectativas a raíz del cambio que se avecinan.
- Cuáles han de ser sus límites y cuáles los efectos sobre la población de empresarios, profesionales y técnicos.
- Cual es la situación comparativa de otros países comunitarios, que se ven afectados por la PAC.

3.4. Tecnología extractiva

La extracción de aceite de oliva en España hasta finales de los años sesenta se realizaba con el método tradicional, el molino de rulos (empiedro) y el sistema de

prensas. Este procedimiento era poco operativo y racional ya que el rendimiento horario era bajo, las necesidades de mano de obra eran elevadas y la limpieza y la higiene eran difícil de conseguir.

Posteriormente, la investigación y la innovación tecnológica en el sector han provocado un notable paso adelante, registrándose una significativa transformación, se han introducido sistemas más potentes y de ciclo continuo, permitiendo un sustancial crecimiento de la capacidad productiva. En el sistema continuo, la extracción del aceite se realiza por acción de la fuerza centrífuga sobre la pasta de oliva recurriendo a máquinas rotativas horizontales de elevada velocidad (decanter). Al inicio, los decaners estaban dotados de dos salidas, una para la fracción más rica en aceite y otra para la fracción más sólida y húmeda. Este hecho implicaba un gran problema en la separación de los componentes de las diversas fracciones, por ejemplo era difícil la rotura y separación de la emulsión aceite/agua de vegetación.

Como resultado de la innovación tecnológica se propusieron los decaners de tres salidas o fases capaces de separar los tres constituyentes principales de la aceituna: aceite, agua de vegetación y sólidos.

La conveniencia de utilizar sistemas de ciclo continuo deriva de la gran productividad horaria; el costo por tonelada de aceituna disminuye sensiblemente (alrededor del 40-50%) en almazaras de elevada capacidad Además, en el sistema continuo la productividad horaria por trabajador es notablemente superior, variando según la dimensión de la almazara de dos a cuatro veces más que el sistema de prensas.

Todos estos factores han condicionado la fuerte concentración de la capacidad productiva del sector. El número de almazaras ha disminuido notablemente, pasando de las 7.000 en los años sesenta a las 1.900 actuales.

La gran desventaja del sistema continuo de 3 fases es que requiere la adición suplementaria de agua para fluidificar la pasta durante el batido. Es decir, se incrementa notablemente el volumen de afluentes producidos, oscilando entre 1,0-1,2 litro por Kg de aceituna transformada. Las características físico-químicas de los efluentes dependen del tipo del sistema de extracción utilizado ver la siguiente tabla.

Características de los efluentes en función del sistema de extracción del aceite de oliva

DETERMINACIONES, G/KG	ACEITUNA	ACEITE 2 FASES	ACEITE 3 FASES
HP	6.7	5.5	6.5
Riqueza grasa sobre húmedo	1.5	3.7	3.9
Sólidos totales	5.9	10.3	5.6
Sólidos totales minerales	3.5	2.9	0.7
Sólidos totales volátiles	2.4	7.4	4.9
Sólidos en suspensión	3.0	6.2	4.1
Sólidos suspensión minerales	0.9	1.1	0.4
Sólidos suspensión volátiles	2.1	5.1	3.7
Acidez volátil (Ac. acético)	0.4	0.4	0.2
Fenoles totales (Ac. cafeico)	0.1	0.2	0.1
Demanda química de oxígeno	3.1	5.8	1.9

Fuente (Alba, 1994).

A partir de 1983, se reguló legislativamente en España el tratamiento y depuración de los residuos de las almazaras; se prohibió la descarga directa de los alpechines en lugares públicos (desagües, ríos, balsas, etc.) debido al alto impacto medio ambiental. Desde entonces diferentes investigadores han propuesto diversos sistemas de depuración de estos efluentes (aplicación directa al terreno, compostaje, concentración por evaporación, ultrafiltración y ósmosis inversa, fangos activos, digestión anaeróbica, etc.) pero aún no se ha logrado una solución adecuada del problema. Todavía existen dudas sobre la biodegradabilidad de los efluentes, además, las soluciones propuestas no siempre han resultado satisfactorias, principalmente por la dificultad técnica y los costes relativamente elevados de tratamiento que no siempre son sostenibles por el sector.

En la campaña 1991-92 se introdujo en España el nuevo sistema ecológico de 2 fases que permite la separación del aceite sin la adición de agua y por tanto con una producción muy reducida de agua de vegetación con bajo poder contaminante. Esta tecnología extractiva presenta además la ventaja del notable ahorro hídrico y energético. La calidad del aceite proveniente del sistema de dos fases es superior, presentando un contenido en polifenoles mayor que el aceite del sistema de tres fases. Esto implica que el aceite extraído con el nuevo sistema tiene una mayor capacidad antioxidante debido a que estas sustancias fenólicas protegen al aceite del ataque del oxígeno del aire, impidiendo así el enranciamiento en el tiempo. Los polifenoles reducen además el estrés oxidativo biológico, teniendo así, a nivel terapéutico, un importante papel en la prevención de las enfermedades cardiovasculares y del cáncer como ha sido reconocido por la comunidad médica mundial. Las sustancias fenólicas tienen también una influencia notable sobre las características organolépticas de hecho el aceite del sistema de dos fases posee las notas de frutado, amargo y picante notablemente acentuadas respecto al sistema de tres fases. No obstante aún con la desventaja en el uso y manejo del orujo, el sistema de dos fases se ha difundido notablemente por toda la geografía española en las últimas campañas sobre todo a causa de la ausencia o escasa producción de alpechín. Actualmente más de 70% del aceite de oliva español se extrae con el sistema de 2 fases.

Por último, decir que ha sido considerable el aumento de la capacidad de elaboración tanto teórica como real; de 26.000 t/8 horas de ha pasado a 50.000 t/8 horas, lo que ha permitido reducir el tiempo de almacenamiento de los frutos en las almazaras. Con ello se ha conseguido reducir notablemente los problemas de atrojado, que era el principal motivo de alteración de la calidad del aceite.

3.5. Breve introducción de la olivicultura

3.5.1. Descripción del cultivo del olivo

Los olivos crecen esencialmente en la cuenca mediterránea y se encuentran perfectamente adaptados a las condiciones pedológicas y climáticas de la región.

La productividad del cultivo se halla limitada por factores como la luz, el agua y la calidad del suelo.

Resulta poco frecuente encontrar olivares con más de trescientos árboles por hectárea fuera de determinadas zonas de producción intensiva de regadío. A pesar de estas características generales comunes, se dan grandes diferencias entre los tipos de olivares existentes en España e Italia, entre los de las distintas regiones españolas e incluso entre los de una misma región, aparentemente homogénea.

La *producción cíclica* es un fenómeno común a muchos árboles frutales. El olivo es un árbol genéticamente cíclico, pero se trata de un carácter que puede variar en función del clima y las prácticas de cultivo.

Además, los árboles suelen ser más cíclicos según van envejeciendo.

Por lo general, pueden afirmarse que una cosecha abundante suele ir seguida de un menor crecimiento de la trama, es decir una reducción potencial de fructificación.

3.5.2. Principales actuaciones necesarias para el cultivo del olivo

- **Arado y laboreo del suelo**

El objetivo de esta actividad es facilitar la infiltración del agua y reducir el número de malas hierbas. Este tipo de labor varía en función del tipo de suelo, la pendiente, etc.

El arado puede ir acompañado del uso de plaguicidas.

- **Poda de los árboles o talado**

Su objetivo es mantener la productividad y reducir el carácter cíclico de los árboles.

- **Tratamientos fitosanitarios**

Existen tres grandes parásitos en la cuenca mediterránea que atacan a los olivos, de ellos el más destructivo es la mosca del olivo, ya que deteriora la calidad de las aceitunas y del aceite puesto que le aumenta la acidez y el número de peróxidos.

La lucha contra estos parásitos puede efectuarse bien con medios naturales, como el fomento de la presencia de insectos depredadores, bien con sustancias químicas inocuas para el medio ambiente.

- **Abonos**

La aplicación de abonos, que varía en función de las regiones y del tipo de suelo, se lleva a cabo en determinadas épocas del año.

Las principales clases de abonos utilizados para los olivos son los nitratos, los fosfatos y los abonos a base de potasio.

- ***Cosecha***

La cosecha es una operación delicada ya que en la recolección es fundamental escoger el momento en que las aceitunas presentan un contenido más elevado de aceite.

La recolección de las aceitunas sigue haciéndose en la mayoría de los casos de forma manual, aunque está aumentando el uso de vibradores mecánicos cuando el terreno, la estructura y las circunstancias del olivar así lo permiten.

La cosecha absorbe casi un 85% de las horas de mano de obra empleadas en el cultivo anual de los árboles.

3.5.3. Consideraciones medioambientales

Aparte de los problemas provocados por la utilización de productos fitosanitarios y sustancias químicas, problema menos agudo en el caso del cultivo de olivos que en muchos otros sectores agrarios, el principal problema se ve acrecentado por la intensidad de la arada y es más grave cuando las pendientes son muy inclinadas.

La calidad y la estructura del suelo es otro factor que contribuye a la erosión originada por el agua de lluvia.

Aunque se trata de un problema que afecta a toda la agricultura mediterránea resulta especialmente acuciante en el caso de la producción de aceitunas.

Se recurre a toda una serie de métodos destinados a limitar los efectos de la erosión como el cultivo de una cobertura vegetal o la supresión del laboreo, aunque la utilización de estos medios no se halla hoy en día extendida.

3.6. Calidades del aceite de oliva

La composición química y las características organolépticas de los aceites, como productos naturales, dependen de la interacción entre el cultivar y el ambiente, además de las técnicas culturales. En la producción oleícola de calidad resulta determinante la optimización de la relación entre el cultivar y el ambiente, la elección de las condiciones edafoclimáticas y culturales que dan lugar a que la variedad pueda expresar plenamente su potencialidad genética. Estos factores, junto con la técnica de extracción empleada, dan lugar a productos con características propias, que pueden ser diferenciados de aceites similares pero que provienen de otras áreas de producción.

La caracterización de los alimentos en general, y del aceite en particular, es necesaria para la autenticación, para garantizar el origen y para la detección de los fraudes. En este sentido se precisa una investigación de las propiedades físicas, químicas y sensoriales que permitan diferenciar y clasificar los aceites. En España, se ha desarrollado un sistema de expertos de identificación de aceites (SEXIA: Sistema Experto para la Identificación de Aceites). El sistema contiene cerca de 2000 muestras de aceite provenientes de las principales regiones olivareras de España así como de Italia, Grecia y Portugal. El interés de este sistema, tanto desde el punto de vista científico como aplicativo es enorme, ya que permite la clasificación de aceites procedentes de los principales países o zonas olivareras, así como la evaluación de aceites de las diversas variedades o técnicas extractivas.

Si los productos son de calidad, pueden ser protegidos de forma oficial a través de la declaración de una Denominación de Origen que no es otra cosa que el reconocimiento mediante un nombre geográfico del origen y características de

los productos alimenticios y que sirve claramente para la diferenciación de unos respecto a otros. Solamente los aceites de calidad, como los de oliva virgen podrán acogerse al régimen de las Denominaciones de Origen.

Este hecho implica un reconocimiento oficial de un aceite de calidad, proveniente de un área geográfica delimitada y obtenido según un procedimiento determinado. Es necesario subrayar que los parámetros analíticos clásicos, como la acidez, utilizada para la clasificación comercial del aceite de oliva, pueden no ser suficientes para garantizar una determinada calidad.

En España, la coordinación de todos los Consejos de las Denominaciones de Origen de los diversos productos alimentarios (aceite, vino, queso, jamón, etc.), está a cargo del Instituto Nacional de Denominaciones de Origen (INDO), Organismo dependiente del MAPA.

Recientemente se ha fundado la Denominación de Origen de Aceite Biológico con un notable éxito. El proceso de cultivo biológico exige que los tratamientos anticriptogámicos y de fertilización estén exentos de productos químicos de síntesis. A esta Denominación se han adscrito más de 600 ha de olivar, principalmente de la variedad Picual, de una cooperativa del municipio de Génave (Jaén).

3.6.1. Calidades de aceite de oliva

El concepto de calidad aplicado al aceite de oliva se ha definido en función de cinco grupos o factores:

- *Ausencia de defectos*, el grado de acidez adecuado, es decir, no debe de pasar de 1 grado si tiene menos es mejor, organización de catas por parte de grupos de catadores profesionales para probar la acidez.
- *Pureza*, ausencia de residuos. Sin embargo con el paso de los meses el aceite virgen extra acumula una capa de “madre” que le garantiza su pureza.

- *Autenticidad*, el aceite es producido únicamente a base de zumo de aceitunas sin inyectar agua.
- *Equilibrio químico* tiene que respetar unas proporciones previamente establecidas de contenido de ácido y de vitaminas .
- *Originalidad*, interacción entre las características genéticas del aceite y su lugar de origen, este criterio constituye la base para identificar los aceites con origen geográfico específico y protegido.

3.6.2. Clasificación de los aceites

Las denominaciones y definiciones de los aceites de oliva y de orujo de oliva recogidas en la última Norma Comercial aplicable al Aceite de Oliva y al Aceite de Orujo de Oliva (COI/T.15/NC n.º 2/Rev. 9), son las siguientes:

El aceite de oliva es el aceite procedente únicamente del fruto del olivo con exclusión de los aceites obtenidos por disolventes o por procedimientos de reesterificación y de toda mezcla con aceites de otra naturaleza. Se comercializará según las denominaciones y definiciones siguientes:

Aceite de oliva virgen: es el aceite obtenido del fruto del olivo únicamente por procedimientos mecánicos o por otros medios físicos en condiciones especialmente térmicas, que no produzcan la alteración del aceite, que no haya tenido más tratamiento que el lavado, la decantación, la centrifugación y el filtrado.

Aceite de oliva virgen extra: aceite de oliva virgen cuya acidez libre expresada en ácido oleico sea como máximo de 1 gramo por 100 gramos y cuyas características organolépticas correspondan a las fijadas para esta categoría en la presente norma.

El aceite de oliva virgen (la expresión "fino" puede emplearse en la fase de producción y del comercio al por mayor): aceite de oliva virgen cuya acidez libre

expresada en ácido oleico sea como máximo de 2 gramos por 100 gramos y cuyas características organolépticas correspondan a las fijadas para esta categoría en la presente norma.

Aceite de oliva virgen corriente: aceite de oliva virgen cuya acidez libre expresada en ácido oleico sea como máximo de 3,3 gramos por 100 gramos y cuyas características organolépticas correspondan a las fijadas para esta categoría en esta norma.

Aceite de oliva virgen no apto para el consumo en la forma en que se obtiene, denominado aceite de oliva virgen lampante: aceite de oliva virgen cuya acidez libre expresada en ácido oleico sea superior a 3,4 gramos por 100 gramos y/o cuyas características organolépticas correspondan a las fijadas para esta categoría en la presente Norma. Está destinado a las industrias de refinado o a usos técnicos.

Aceite de oliva refinado: es el aceite de oliva obtenido de aceites de oliva vírgenes mediante técnicas de refinado que no provoquen ninguna modificación de la estructura glicerídica inicial.

Aceite de oliva: es el aceite constituido por la mezcla de aceite de oliva refinado y aceite de oliva virgen apto para el consumo en la forma en que se obtiene.

Aceite de orujo de oliva crudo: es el aceite de orujo de oliva destinado al refinado para su uso en la alimentación humana o para usos técnicos.

Aceite de orujo de oliva refinado: es el aceite obtenido a partir del aceite de orujo de oliva crudo por técnicas de refinado que no provoquen ninguna modificación en la estructura glicerídica inicial.

Aceite de orujo de oliva: es el aceite constituido por la mezcla de aceite de orujo de oliva refinado y de aceite de oliva virgen apto para el consumo en la forma en

que se obtiene; esta mezcla no podrá en ningún caso denominarse "aceite de oliva".

El aceite conocido como "lampante" es un aceite de oliva de baja calidad que antes de ser apto para el consumo requiere un proceso de refinado que reduce su contenido de ácido. Como su nombre indica, era el aceite tradicionalmente utilizado para las lámparas en los países mediterráneos.

3.7. Estrategias Comerciales

En la situación actual, la producción oleícola debe adecuarse a las variables que exige el mercado, no siendo suficiente la sola mejora de las técnicas culturales y oleícolas para adaptarse a la evolución contemporánea de la demanda en términos cualitativos.

Como consecuencia de los cambios y perspectivas experimentadas en el mercado de aceite de oliva español, cabe esperar unas estrategias de actuación tanto por parte del sector público como privado. Respecto al sector privado y de forma esquemática se sintetiza a través de las características de lo que se denomina como marketing-mix; variables estratégicas a largo plazo (producto, distribución) y variables tácticas a corto plazo (precio, promoción), como instrumentos que disponen las empresas del sector para aumentar su competitividad.

Dentro de las variables estratégicas, el desarrollo del producto aceite de oliva trata de modificar las características del producto o línea de productos para venderlo en el mercado actual, tratando de conseguir una mayor satisfacción de los consumidores. Esta estrategia se basa en la diferenciación del producto, lo que a su vez presupone una segmentación de consumidores a los que van destinados nuevos productos tales como aceites varietales, aceites ecológicos, etc. Por otra parte, se constata el cambio de mentalidad en cuanto al uso tradicional del aceite de oliva: el virgen extra para ensaladas, el de oliva para cocina y el de girasol para frituras.

No hay que olvidar que, para identificar y diferenciar el producto, aparte de sus características inherentes de materia prima y de proceso de extracción utilizado, debe de estar acompañado de la correspondiente identificación mediante el uso de etiquetas, marcas y contramarcas así como la utilización de un envase, que, además de permitir una fácil identificación por parte del consumidor, tenga funciones de protección y conservación.

La distribución, debido a los cambios estructurales motivados por las fusiones y concentraciones empresariales pueden provocar un cambio de logística. Debido a la creciente pérdida de control de la industria y de los canales comerciales en favor del capital extranjero, se puede ocasionar una caída en el poder negociador y serios problemas al sacar el producto al mercado entre las distintas fases (producción, industrialización, distribución). Por otra parte, la creación de grandes empresas de distribución, que fundamentalmente son de capital extranjero, ha provocado la aparición de marcas blancas de las cadenas de distribución y que pueden, a largo plazo, cambiar el posicionamiento relativo de las marcas y en consecuencia de la cuota de mercado de las diferentes empresas.

Respecto a los canales de comercialización de aceite de oliva en España, en general, son demasiado largos en muchos casos (agricultor, almazara, corredores, refinadores, envasadores, mayoristas y minoristas), aunque se debe indicar la integración progresiva que existe en la empresa transformadora de asumir funciones de comercialización lo que se traduce en una reducción de la longitud de los canales.

Dentro de las variables tácticas, el precio seguirá siendo una estrategia esencial tanto en relación a otros productos sustitutivos directos (aceites de semillas) como en la competencia marquista, coordinando campañas de ofertas especiales en precios.

No obstante, respecto a la demanda de aceite de oliva, se produce una respuesta asimétrica en el sentido de que el consumidor responde más a la bajada que a la

subida de precios, lo que indica que se produce una adicción al producto, es decir, los consumidores que se acostumbran al sabor del aceite de oliva no sustituyen en la cuantía esperada éste por otro tipo de aceite de menor precio cuando el precio del aceite de oliva vuelve a subir.

Por último, la variable promoción atenderá tanto a la vertiente marquista como a la de imagen del producto como contribuidor de salud y calidad de vida, en todo caso, intentará acompasar las disponibilidades presupuestarias con los medios publicitarios más eficaces.

Asimismo, junto con el hecho de ser un producto típicamente mediterráneo así como el volumen de producción y empleo que genera en nuestro país, serían necesarias la realización de promociones de carácter genérico, por parte de las instituciones públicas, para defender los intereses del sector de cara al exterior que permita abrir y desarrollar mercados en este sector.

4. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNACIONAL DEL SECTOR OLEÍCOLA

4.1. Cifras Mundiales del aceite de oliva

El aceite de oliva representa cerca de un 3.2%, de la producción mundial de aceites vegetales comestibles y un 3.3% del consumo de aceites alimentarios.

El grueso de la producción y el consumo mundial se concentra en la cuenca Mediterránea y en las regiones circundantes.

En otras partes del mundo, la producción reviste un carácter marcadamente local y el consumo es mínimo.

En los últimos tiempos han empezado a abrirse mercados en los Estados Unidos, Australia, Canadá y Japón.

La superficie sembrada de olivares en la UE se acerca a 6 millones de hectáreas, es decir, el 75% de la superficie total mundial dedicada a este cultivo.

En cifras redondeadas existen más de 2.3 millones de explotaciones oleícolas y unos 550 millones de olivos productivos y otros muchos que están alcanzando la madurez productiva.

La producción media mundial de aceite de oliva es de casi 2 millones de toneladas, 1.8 millones de toneladas, se produce en la Comunidad, más del 87% de la producción mundial.

El cuadro siguiente recoge las principales estadísticas, en toneladas, de los países productores de la UE:

Producción oleícola en la UE (toneladas)

PAISES UE	PRODUCCIÓN Toneladas	CONSUMO Toneladas	EXPORTACIONES (FUERA UE)	IMPORTACIONES (En UE)
ESPAÑA	1.415.000	661.000	230.000	-
ITALIA	602.000	789.000	150.000	500.000
GRECIA	434.000	240.000	125.000	-
PORTUGAL	45.000	55.000	-	-
FRANCIA	2.300	50.000	-	60.000
TOTAL	2.498.300	1.795.000	605.000	560.000

Fuente: Consejo oleícola Internacional año 1999-2002

Las cifras de producción de aceite de oliva de los principales países productores no pertenecientes a la UE, expresadas en toneladas quedan recogidas en el siguiente cuadro:

Producción oleícola Internacional(toneladas)

PAÍS	PRODUCCIÓN(toneladas)
TÚNEZ	190.000
SIRIA	98.000
TURQUÍA	80.000
MARRUECOS	52.000
ARGELIA	28.000

Fuente: Consejo oleícola año 1999-2002

(Las cifras de este capítulo proceden de las estadísticas del Consejo Oleícola Internacional, excepto las correspondientes a las importaciones y exportaciones de la UE, que se basan en los certificados expedidos y por consiguiente sólo se refieren al comercio extracomunitario.

Todas las cifras resultan de la media ponderada de las campañas comprendidas entre la de 1999-2000 y 2001-2002, son cifras aproximadas.)

La mayor parte de estos países productores no comunitarios tiene acuerdos preferentes con la UE, para importar a la Comunidad.

También se producen pequeñas cantidades de aceite de oliva en los demás países mediterráneos (Libia, Jordania, Israel) y en los EE.UU(concretamente en California), Argentina, Sudáfrica, Australia.

4.1.1. Previsiones de producción de aceite de oliva para la presente campaña 2002/2003 en los países Mediterráneos

Las previsiones de producción de aceite de oliva en el área mediterránea, la cual abarca prácticamente el 90% de la producción mundial son de una mayor cosecha en la próxima campaña 03/04, que en la anterior. Por países, las previsiones son buenas para todos los productores excepto para Italia, según divulgó el pasado día 10 de julio el Instituto Italiano de Información de Mercados Agrarios (ISMEA).

Las expectativas son positivas para España, Túnez y Marruecos, donde se prevé una producción bastante superior a la de 02/03. En Italia en cambio no se prevé una buena cosecha debido a las incidencias del clima; con heladas primaverales y fuerte calor y sequía en verano. Las previsiones apuntan a una producción italiana similar a la del año pasado, que fue mediocre por tercer año consecutivo.

Según las previsiones del ISMEA, la producción de España deberá ser superior a la de la campaña pasada en una cantidad del orden del 60% con lo que sería de unos 1,3 millones de Tm.

En la campaña pasada, 2002/2003, España produjo 860.000 Tm; Italia 509.000 Tm; Grecia, 350.000; Siria, 100.000; Marruecos, 60.000 y Turquía, 110.000. Portugal produce normalmente unas 25.000 Tm y Francia unas 3.000 Tm.

Campaña olivarera 2003/2004

Mediterráneo- Estimaciones producción campaña 2003/04-

PAISES MEDITERRÁNEOS	Estado floración nivel(1)	Estado cuajado nivel(1)	Tendencia producción variación(1)
Italia	***	**	=
España	****	****	++++
Grecia	***	**	-
Túnez	****	***	++++
Turquía	***	**	--
Siria	***	**	--
Marruecos	****	***	+++
Mediterráneo	***	**	++

Fuente: Ismea

• **LEYENDA**

Floración y cuajado

Optimo	****
Bueno	***
Suficiente	**
Escaso	*
Tendencia de la producción	
> -60%	----
De >-40 a -60%	---
De >-20 a -40%	--
De >-5 a -20%	-
De-5 a +5%	=
Da >+5 a +20%	+
De >+20 a +40%	++
De >+40 a +60%	+++
> +60%	++++

4.2. Producción y situación del mercado en la UE

4.2.1. Italia

En Italia, los olivares ocupan cerca de 1.1 millones de hectáreas.

Las principales regiones productoras, en las que se concentra el 60% de la producción son Apulia, Calabria y Sicilia. La mayor parte de los olivares están situados en colinas y las explotaciones suelen ser de pequeñas dimensiones.

Existen unos 830.000 productores, la mayoría de los cuales están afiliados a algún tipo de asociación o unión.

Los pequeños productores representan entre el 70% y el 75% del total y, según los años, producen entre el 20% y el 30% de la cantidad total.

El numero de almazaras es elevado cerca de 6.000 y las plantas de envasado se acercan a 600.

La producción anual, en años buenos, puede llegar a alcanzar más de 600.000 toneladas.

Aunque Italia es un país importador, sus exportaciones suelen situarse en torno a 150.000 toneladas y sus importaciones a 500.000 toneladas. Las principales fuentes de abastecimiento de Italia son España, Grecia y Túnez.

El consumo oscila alrededor de 800.000 toneladas y el nivel de autoabastecimiento, incluidas las ventas no declaradas, es muy elevado, pero siguen consumiendo más de lo que producen.

Existen en Italia 129 millones de árboles, declarados por sus autoridades.

Al igual que en España, la producción de aceite de oliva se concentra en alguna de las regiones más pobres y aquejadas por el desempleo, aunque también es verdad que algunos de los aceites de más calidad de Italia proceden de la Toscana e incluso de la zona septentrional del Lago Garda, cuya situación económica es una de las más favorables de Europa y en la que el aceite no es más que uno de los muchos productos agrícolas de valor añadido.

No obstante, estas regiones, más bien comparables a Cataluña, en España, y a Provenza en Francia, solo suponen un 2% de la producción total Italiana.

Los consumidores, contrariamente a lo que sucede en España, otorgan sus preferencias a los aceites vírgenes, utilizados más como condimento que para cocinar.

La industria italiana importa aceites de otros estados miembros, principalmente de España y lo comercializa como propio.

Realiza la misma operación importando aceites del Norte de Africa y comercializándolo posteriormente como italiano.

4.2.2. Grecia

En Grecia, las 900.000 hectáreas de olivares producen unas 400.000 toneladas de aceite. Se han declarado para el cálculo de los rendimientos cerca de 132 millones de olivos. El consumo global representa más de 230.000 toneladas y el consumo per capita, es de 18.7 Kg por persona al año, es el más elevado de la UE.

El 50% de los aceites vegetales que se consumen es de oliva.

Una característica del mercado griego es el autoabastecimiento y la venta a domicilio de aceite de calidad a veces dudosa, mezclas de varios tipos de refinados, y en latas.

Grecia es así mismo, un exportador neto, una media de 125.000 toneladas, cuya producción se concentra principalmente en el centro y el sur del país y en la isla de Creta.

Existen unas 2.800 almazaras y más de 200 plantas de envasado repartidas por todo el archipiélago griego.

La proliferación de tantas almazaras se debe en parte al elevado número de islas productoras de aceite y las dificultades que representa el transporte de aceitunas entre islas.

El número de productores se acerca a 689.000, la mayoría perteneciente a asociaciones cooperativistas.

Los pequeños productores representan más del 60% del total y entre un 25% y un 30% de la producción.

El consumo mayoritario se decanta por los aceites mezcla, aunque cada vez hay más predilección por los aceites vírgenes.

4.2.3. Portugal

La producción media se sitúa en torno a 40.000 toneladas con grandes fluctuaciones de un año a otro. El consumo oscila alrededor de unas 55.000 toneladas. En la década de los 80 y 90 se produjo una disminución tanto del consumo como de la producción que se corrigió ligeramente a finales de los noventa.

Portugal tiene aproximadamente un número de olivos que oscila entre los 37 y 40 millones de árboles.

Existen unos 80.000 productores, según las solicitudes de la campaña del 2000, la gran mayoría de ellos pequeños y no afiliados a ninguna asociación, es ahora cuando están empezando a asociarse. Este fenómeno podría explicar la incertidumbre reinante en cuanto al número de árboles, pues las cifras de las que se dispone proceden de las solicitudes de ayuda y al parecer, un considerable número de oleicultores portugueses no solicita la ayuda por producción.

La producción portuguesa era mucho más importante en los años de la postguerra, años 50 y 60 del pasado siglo XX.

La explicación socioeconómica que se da a este tema, podría ser que las circunstancias políticas tan alteradas en esas décadas y la situación económica impidieron que se otorgara prioridad a la plantación de olivos, otra interpretación puede ser la escasa rentabilidad que tiene el cultivo del olivo, por todo los cuidados que requiere, la dificultad de su recolección, ya que es en pleno invierno, para obtener tan pocos beneficios, es un trabajo poco compensado.

No obstante, la producción de aceite de oliva sigue considerándose una gran oportunidad para mejorar la situación del desempleo y aumentar la prosperidad de algunas regiones agrarias más pobres de la UE.

Además, Portugal tiene en Brasil un mercado de exportación potencialmente interesante.

4.2.4. Francia

En este país que desempeña un papel de primer orden en numerosos sectores de la agricultura de la UE, la industria del aceite de oliva es de muy pequeñas dimensiones.

Las olas de frío que azotaron la Provenza, principal zona productora del país, en los años 50 destruyeron muchos olivos que nunca se volvieron a plantar.

Existen unas 40.000 hectáreas de olivares que producen cerca de 2300 toneladas de aceite. Cantidades bastante insignificante comparándola con las más de 800.000 toneladas de producción española.

Las autoridades francesas han declarado unos dos millones de árboles para el calculo de los rendimientos.

El aceite suele venderse a precios altos a la población y a los turistas que visitan el país, sobre todo los americanos se suelen llevar como souvenir típico aceite de oliva.

Existen unos 20.000 productores entre el 90% y el 95% pequeños productores. Hay alrededor de unas 150 almazaras.

La industria francesa compra y mezcla aceites españoles, tunecinos e italianos de este modo, los consumidores franceses disponen de unas 50.000 toneladas de aceite de oliva.

4.2.5. España

La superficie dedicada a olivar en España, según datos de la Agencia para el Aceite de Oliva (AAO, 2003), es de 2.423.841 hectáreas, en las que se cultivan 208,7 millones de árboles aproximadamente.

Asimismo, las últimas estimaciones del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA, 2001), situaron la producción de aceituna para almazara, en la campaña 1999/2000, en 3.004.500 toneladas y la de aceite en 670.000 toneladas, de las que el 71,6 por 100 se obtuvieron en Andalucía (cuadro 1).

Por otro lado, la aportación de los productos derivados del olivar al valor de la Producción Final Agraria española, oscila entre el 3 y el 5 por 100, dependiendo de los años. Esta cifra se eleva considerablemente si restringimos el marco de referencia a Andalucía, donde se sitúa en el entorno del 20 por 100, alcanzando niveles altamente significativos en algunas provincias de la Comunidad Autónoma. Así, en Jaén, donde se produce entre el 15 y el 20 por 100 de la producción mundial de aceites de oliva, el concepto de "aceites derivados"

Producción Española por Comunidades

DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ESPAÑOLA ESTIMADA DE ACEITES DE OLIVA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS CAMPAÑA 2000/2002 (miles de toneladas)		
COMUNIDADES AUTÓNOMAS	TONELADAS DE ACEITE	%
Andalucía	479,027	71,59
Castilla-La Mancha	65,853	9,842
Extremadura	35,969	5,376
Cataluña	41,199	6,157
Comunidad Valenciana	23,535	3,517
Aragón	10,863	1,623
Resto*	12,612	1,885
Total	669,058	100,000
(*) Incluye País Vasco, Navarra, La Rioja, Castilla y León, Madrid y Región de Murcia		

Fuente: AAO (2001)

La relevancia socioeconómica de la oleicultura en España es mucho más que renta y empleo.

Desde la perspectiva del empleo, hay que señalar que, a pesar del avance registrado en el proceso de mecanización en los últimos años, el olivar es un cultivo importante como sector empleador o generador de ocupación, especialmente durante la época de la recolección. Como dato promedio, pueden necesitarse entre 7 y 9 jornales por hectárea, a los que hay que sumar entre 3,5 y

6 jornales por tonelada de aceituna en la época de recolección, según producciones y tamaño de los árboles. Con producciones muy elevadas y usando vibradores de troncos, hacen falta 2 jornales por tonelada de aceituna, contando sólo mano de obra directa.

Relacionado con el empleo, otro tema cobra vital importancia. Nos referimos al aumento del flujo de inmigrantes llegados a las regiones olivareras en época de recolección. Los oleicultores han de jugar, al respecto, un papel clave en el proceso de integración social de los inmigrantes, en la conversión de la sociedad española en multiétnica y multicultural.

Las cifras anteriores son indicadores claros de la importancia del sector oleícola en la economía de ciertas regiones, constituyendo un recurso esencial para una buena parte de la población, sobre todo, por la gran cantidad de mano de obra que ocupa tanto directa como indirectamente.

Por otro lado, un olivar adecuadamente cultivado genera externalidades ambientales positivas, relativas a la protección del suelo y la lucha contra la erosión hídrica.

En resumen, las cuestiones de tipo económico derivadas del cultivo del olivar, otorgan un papel protagonista al sector en la economía y sociedad de una buena parte del territorio español, debido a las rentas y empleo que genera.

En España, principal productor mundial y exportador de aceite de oliva (incluidas las importaciones intracomunitarias), la superficie de olivos ocupa más de 2 millones de hectáreas.

La tendencia histórica de recorte de los olivares de otras décadas (70 y 80) se ha reducido notablemente en los últimos años, llegándose a invertirse recientemente, produciéndose un gran incremento de las plantaciones, especialmente en

Andalucía, con más de 150.000 hectáreas de nuevos olivares, según datos facilitados por las autoridades de la Junta de Andalucía, en los últimos 7 años.

También han aumentado los rendimientos generales y la producción media anual se acerca actualmente a las 1.413.000 toneladas de aceite, el pasado año 2002 rebasamos el cupo de ayuda comunitaria en 760.027 toneladas.

Existen en España cerca de 2.500 almazaras y 700 plantas de envasado.

El grado de concentración industrial es muy elevado principalmente en Andalucía, que es la comunidad que posee la mayor producción de olivos, concretamente las provincias de Jaén, Córdoba, Sevilla, Málaga y Granada. La comunidad de Castilla la Mancha es la segunda después de la andaluza en concentración y producción de aceite de oliva, las comunidades de Extremadura, Cataluña y Madrid tiene una representación menor en dicho sector oleícola, pero suficiente para ser mencionada. El resto de las comunidades españolas no tienen un valor muy representativo en la producción de este cultivo.

Los porcentajes de exportación varían en función del volumen de la cosecha en España, pero también en Italia, ya que este es el principal importador de aceite español.

La cifra media de exportaciones españolas tanto intra como extracomunitarias, se sitúa alrededor de 230.000 toneladas.

El consumo está dominado por aceite de la categoría “ puro”, que es mezcla de aceite refinado y de aceite virgen, el que se usa principalmente para cocinar. El aceite realmente bueno para la salud es el “**virgen extra**” o “**extra virgen**”, que se obtiene del primer prensado y es el verdadero zumo de la aceituna, es el menos consumido, ya que al ser más caro y más desconocido, los consumidores que creen que todos los aceites de oliva son iguales, no lo compran, al ver que el extra virgen tiene un precio mayor, tan solo es consumido por aquellos que

aprecian sus verdaderas cualidades organolépticas y todas las virtudes que tienen para nuestra salud.

La importancia del consumo del aceite extra virgen va en aumento en España, fenómeno que no ocurre en los otros países comunitarios.

En España el sector oleícola tiene una gran importancia social y laboral ya que crea puestos de trabajo temporales, durante la campaña de recolección y posterior molturación, envasado y comercialización del producto.

El orden de creación de puestos de trabajo disminuye a medida que se van pasando a las diferentes fases, es decir, la fase que requiere más personal empleado es la recolección de las aceitunas, las otras etapas, hasta la venta y distribución necesitan menos personal.

El Ministerio de Trabajo calculó para el pasado año 2001, que la actividad de este sector industrial tuvo cerca de 50 millones de jornadas de trabajo al año.

Esta importancia es aún mayor en regiones como Andalucía y Extremadura, donde el cultivo del olivo es prácticamente, en algunas comarcas, un monocultivo y cuya tasa general de desempleo alcanza niveles récord. La influencia del sector en el empleo de estas regiones no solo se limita a los olivareros y jornaleros, ya que afecta directa o indirectamente a casi todas las capas de la sociedad.

Existen en España unos 550.000 productores, casi 60.000 de los cuales son pequeños productores y producen entre un 10 y un 12% de la cantidad total.

El Ministerio de Agricultura ha declarado 200 millones de olivos para los cálculos de los rendimientos de los dos últimos años.

Una característica especial del cultivo tradicional de olivos en España es el árbol de troncos múltiples.

En tiempos a veces inmemoriales, ya que hay plantaciones aún de la época de los romanos, en cambio algunos de los olivos más jóvenes se plantaron muy cerca unos de otros, y actualmente sobreviven tres o cuatro de aquellos plantones individuales formando lo que es ya un solo árbol con distintos sistemas de raíces, y es declarado como un único árbol.

Las nuevas plantaciones tienden a constituirse de olivos plantados individualmente aunque las antiguas tradiciones perviven en algunos olivares andaluces.

4.2.6. Tendencias del sector en la Unión Europea

En los últimos diez o quince años han penetrado en el sector las empresas multinacionales. Algunas de las marcas tradicionales han sido compradas por grandes empresas como Unilever, Eridania-Beghin y Nestlé. Este fenómeno ha alterado considerablemente el sector del aceite de oliva, antaño fragmentado y caracterizado por una multitud de pequeñas empresas locales, el sector ha adquirido una proyección mucho más homogénea e internacional.

El embotellado industrial de aceite de oliva suele efectuarse de forma paralela al de aceite de semillas oleaginosas.

Algunas empresas han adoptado una política emprendedora y sofisticada en lo que respecta a los mercados de exportación exteriores y, con la ayuda del COI (Consejo Oleícola Internacional) y la PAC con la política de restituciones por exportaciones y régimen de perfeccionamiento activo, han explotado el interés despertado por la dieta mediterránea, (que mejora la salud cardiovascular y circulatoria, ya que los ácidos oleicos que posee el aceite de oliva son altamente beneficiosos en la eliminación del colesterol perjudicial para nuestra salud,) en algunos países postindustriales(Japón, EE.UU.), consiguiendo un gran éxito en la actividad de exportación de aceite de gran calidad.

Si la OCM, Organización Común del Mercado, se mantuviera en su forma actual, proseguiría en España y se iniciaría en Portugal la tendencia a plantar nuevos árboles.

De hecho, otros países (Italia y Francia) también están renovando ampliando y extendiendo sus olivares. El aumento en los rendimientos producido por el perfeccionamiento de las técnicas de cultivo provocaría un incremento de la producción global.

El carácter cíclico de los olivos se encuentra en vías de disminución como consecuencia de la poda, el regadío y otras técnicas que permiten que de cosechas todos los años.

Independientemente del futuro de la OCM, es probable que continúe la racionalización de la industria y que las multinacionales sigan acaparando el mercado.

Es posible que se abra un debate sobre la legalización de las mezclas de aceite de oliva y de semillas oleaginosas, especialmente si se tiene en cuenta que los principales fabricantes abarcan ambos sectores.

Proseguirá la conquista del mercado de exportación, pues la industria del sector ya ha realizado considerables inversiones para obtener un hueco en los mercados estadounidense, canadiense y de otros países asiáticos.

Como ya se ha indicado anteriormente, en los últimos años han aumentado el consumo en los Estados miembros productores.

Según las previsiones del COI, es posible que el consumo se estabilice en estos Estados miembros, llegando a experimentar un leve crecimiento en algunos de ellos y a seguir disminuyendo en otros.

Existe por otro lado un potencial de aumento del consumo per capita en los Estados miembros septentrionales.

4.2.7. Aceitunas de mesa

La producción comunitaria fluctúa entre el 40% y el 50% de la producción mundial.

Este sector carece de ayudas comunitarias, excepto las destinadas a la producción y comercialización del producto.

Si se considera la cuantía de las ayudas actualmente concedidas al sector del aceite de oliva, el sector de las aceitunas de mesa es cada vez menos competitivo, ya que los productores dejan de vender sus productos a la industria de las aceitunas de mesa cuando pueden obtener precios más elevados vendiéndolas en las almazaras.

La competencia con terceros países cuya mano de obra es más barata(Marruecos, Túnez etc.) ha venido a añadirse a las dificultades de la industria y ha perjudicado a las exportaciones.

El sector de la aceituna de mesa espera que la reforma del sector del aceite de oliva resuelva algunos de sus problemas.

El primer país productor es España, con 246.000 toneladas dedicadas al consumo de mesa, de diferentes variedades en su mayoría son de doble uso, es decir, que sirven tanto para el consumo de mesa como para la obtención de aceite pero para el computo de producción se han contemplado como uso exclusivo de mesa. Las variedades más comunes son la manzanilla y la gordal.

El segundo productor es Italia, con una producción cercana a las 80.000 toneladas y de Grecia, con casi 70.000 toneladas. Grecia dispone de variedades específicas para el consumo de mesa como por ejemplo la variedad Kalamata.

España es además el principal exportador casi 100.000 toneladas en la pasada campaña 2001, seguida de Grecia con 19.000 toneladas.

4.2.8. promoción del aceite de oliva y las aceitunas de mesa

La Comisión Europea ha aprobado cinco programas de acción en tres Estados miembros (España, Grecia e Italia) con el fin de fomentar el consumo y la comercialización del aceite de oliva y de las aceitunas de mesa en la Unión Europea. El coste total de las medidas se eleva a 4,88 millones de euros, de los cuales el 50% (2,44 millones de €) serán financiados por la Unión Europea.

En el marco de un Reglamento del Consejo sobre las medidas de información y promoción de los productos agrícolas en el mercado interior, se ha lanzado una acción especial, en 2003, para la promoción del aceite de oliva y las aceitunas de mesa. Los cinco programas propuestos por tres Estados miembros han sido seleccionados por la Comisión y serán financiados hasta un 50% por el presupuesto de la UE.

Programas de promoción mercado interior de la UE .

Serie especial 2003 - aceite de oliva y aceitunas de mesa

Estado miembro	Organizaciones solicitantes	Productos	Presupuesto	Cofinanciación CE
España	OIAO, Madrid	aceite de oliva	2.744.435	1.372.218
Grecia	SEVITEL, Atenas	aceite de oliva	567.292	283.646
Grecia	PEMETE, Atenas	aceitunas de mesa	141.000	70.500
Italia	CNO, Roma	aceitunas de mesa y aceite de oliva	863.313	431.657
Italia	APROL, Foggia	aceitunas de mesa	568.915	284.458
3 Estados miembros	5 programas	Total	4.884.955	2.442.478

Fuente. Elaboración propia

Aclaración de las siglas usadas

OIAO: Organización interprofesional del aceite de oliva (española)

SEVITEL: Unión de las industrias griegas de normalización del aceite de oliva (griega)

PEMETE: Unión panhelénica de transformadores/exportadores de aceitunas de mesa (griega)

CNO: Consorzio Nazionale Olivicoltori (Consortio nacional de oleicultores) (italiana)

APROL: Associazione produttori olivicoli di Foggia (Asociación de productores oleícolas de Foggia) (italiana)

4.3. Publicado el importe del anticipo para el aceite de oliva producido en la campaña 02/03

El diario oficial ha publicado la producción estimada de aceite de oliva de la campaña 2002/2003 y el importe del anticipo, que para España es de 91.92 euros /100 kg, pagadero a partir del 16 de Octubre.

En otros países de la UE los importes correspondientes son de 110.72 euros/ 100 kg en Grecia, 117.36 euros /kg en Francia, 93.05 euros/ 100 kg en Italia y 117.36 euros/ 100 kg en Portugal.

La producción total estimada de aceite de oliva con derecho a ayuda en la UE en 2002/2003 fue de 2.148.486 toneladas, de las cuales España ha producido 972.130 Tm, Italia, casi ha llegado a las 600.000 Tm, Grecia 458.2002 Tm, Portugal 28.459 Tm y Francia 3.357Tm.

Estas cantidades incluyen las cantidades equivalentes correspondientes al aceite de orujo y aceituna de mesa.

4.3.1. La Ayuda en España

España recibirá 91,92 euros/100 kilos de anticipo de ayuda al aceite de oliva.

La cuantía se podrá pagar a partir del 16 de octubre de 2003. La producción estimada con derecho a ayuda es de 972.130 Toneladas.

El 25 de septiembre de 2003.- El Comité de Gestión de materias grasas, reunido en Bruselas, fijó la producción estimada de aceite de oliva con derecho a ayuda en los diferentes Estados miembros productores, fijando el importe que percibirán los oleicultores de cada uno de los Estados miembros en concepto de anticipo de ayuda a la producción de aceite de oliva correspondiente a la campaña 2002/03.

El importe unitario del anticipo de ayuda a la producción fijado para España es de 91,92 euros/100 kilos, pudiendo pagarse a partir del 16 de octubre de 2003.

El anticipo fijado es un 60,8 por ciento superior al percibido la campaña anterior.

El volumen total de producción estimada de aceite de oliva con derecho a ayuda en la Unión Europea alcanza 2.148.486 toneladas, correspondiendo a España 972.130 toneladas, incluida la cantidad correspondiente al aceite de orujo y a aceituna de mesa.

La ayuda a la producción la reciben los oleicultores por una cantidad total de aceite equivalente al aceite de oliva virgen producido, incrementado en un ocho por ciento en concepto de aceite de orujo.

5. EL SECTOR OLEÍCOLA EN ANDALUCÍA

5.1. Introducción

La situación actual del sector oleícola andaluz, de larga historia y gran tradición, se encuentra en este momento ante una encrucijada.

Conformada por diversos tipos de entidades cooperativas, muchas clases de empresarios industriales, productores, este sector está altamente atomizado.

Con una estructura compleja, las escasas dimensiones de la mayor parte de las empresas que la componen, dificultan en muchos casos la gestión.

Esta estructura tiene elementos positivos, pero el hecho de que la mayor parte de la producción esté en manos de cooperativas hace que no tenga el mismo dinamismo que la empresa privada la que se mueve por otros intereses.

Esta estructura es valorada como positiva porque las decisiones son compartidas, pero negativa, porque es lenta y poco ejecutiva.

Actualmente el mundo cooperativo del sector oleícola está en un momento de cambio, según se desprende de las opiniones analizadas a los diferentes interesados.

Las cooperativas del sector no se han sabido adecuar a los retos que plantea el mercado. El ritmo de adaptación entre los productores es lento puesto que el mercado del aceite es menos dinámico que otros sectores de productos con mayor obsolescencia.

Las demandas del mercado están presionando sobre el sector, de manera que éste se ve actualmente obligado a adecuarse a la situación. Aunque este aceite goza de muy buena imagen, no es suficiente y en la actual situación se requiere un

cambio en las estrategias de gestión de las cooperativas y una mayor implicación del resto del empresariado cuya realidad está bastante ajena a toda la actual problemática.

Por otra parte, la imagen que tienen de sí mismos los productores es de un sector innovador a raíz de la precipitación de cambios e innovaciones de los últimos tiempos.

En este sector el productor es la parte mayoritaria y participa en la elaboración del producto formando parte de las cooperativas, participando en algunas fases del proceso de comercialización.

En Andalucía el ámbito geográfico donde se desarrolla el sector es muy grande, son millones de hectáreas, cientos de pueblos dedicados al cultivo del olivo. Hay una gran tradición de cooperativas de aceite, una en cada pueblo y todo esto no es tan fácil de cambiar.

Andalucía mantiene un claro liderazgo en el sector del olivar, representando la tercera parte del olivar europeo.

Para la región andaluza el olivar es un elemento de cohesión social y territorial, tiene un alto valor medioambiental y es una de las principales fuentes de riqueza. Las cifras así lo demuestran:

- Representa el 26% de la Producción Final Agraria Andaluza, generando 2.350 millones de euros (año 2002).
- Del cultivo del olivar viven 250.000 familias y ocupa a 40 millones de jornales al año (el 35% del empleo agrario).
- Es la actividad principal de más de 400 pueblos andaluces y en casi 230 pueblos, el olivar es monocultivo.

- Cuenta con una producción de alta calidad, impulsada por siete Denominaciones de Origen, la Producción Integrada y Agricultura Ecológica.
- Agrupa a una importante industria agroalimentaria formada por 876 almazaras y 234 entamadoras.
- El aceite de oliva es el producto agroalimentario más exportado por la Comunidad andaluza. En el año 2002, las ventas al exterior superaron las 430.000 toneladas, valoradas en más de 620 millones de euros.

Sin embargo existen muchos factores políticos y socioeconómicos que pueden amenazar su futuro, ante los cuales hay que reaccionar anticipando información objetiva y fiable.

La situación actual es valorada como buena en las Administraciones y entre los empresarios industriales, si bien entre los productores no siempre se reconoce francamente este hecho. Parece que existe un prejuicio, una posición demandante casi permanente en muchos, que les dificulta mostrarlo.

Los productores con mayor mentalidad tradicional se muestran más críticos y desconfiados. Los jóvenes se sienten más seguros. Todos tratan el olivar como un patrimonio familiar que no se puede dejar de cuidar y al que quieren rentabilizar al máximo por ser algo recibido de los ancestros y que debe ser entregado a los herederos. Pero además casi todos tienen sus propias tareas y ocupaciones fuera del olivar.

Sólo contados empresarios industriales con almazaras propias son capaces de mantenerse fuera de las redes de las cooperativas, con una producción propia, molienda, envasado y marca propias.

No se atreven a decir que la situación es buena y se la califica como medio buena. Mitad buena y otra mitad que depende de circunstancias externas.

En este contexto si los productores manifestaran que la situación es totalmente buena, posiblemente desconfiaran de que se les siga otorgando ayudas.

Otros, productores también, más jóvenes, se atreven a manifestar que se está pasando por un buen momento tanto a nivel de producción como de empleo.

En general los productores no pueden hablar de un modo positivo y rodean constantemente el tema central utilizando lenguajes metafóricos y aforismos.

Se habla de mitigar, de calmar, de un proceso lento y gradual de disminución del paro, en todo caso se plantea la mejora como algo transitorio.

Utilizan frecuentemente la expresión “no estamos del todo mal” como si el punto de referencia fuese necesariamente estar mal y se temiera dar una imagen de no necesitar nada. Sin embargo se reconoce que desde niveles de vida muy bajos se ha llegado a una situación de bienestar.

Ha cambiado el modo de vida en el campo andaluz. Este hecho que no es reconocido totalmente por algunos productores, se verifica entre los empresarios industriales y los representantes de la administración local y central.

Desde diferentes ámbitos se admite como algo sabido que la situación y el modo de vida en general es mucho más elevado y que la relación con el trabajo en el campo ha sufrido un cambio positivo notorio.

Los productores basan su opinión sobre la situación actual, en la lectura que hacen de las perspectivas futuras.

Se relativiza la situación dado el pronostico que hacen para el futuro. Pero tácitamente se valora de modo positivo la actual situación. De ser una zona altamente deprimida y un sector poco rentable se ha pasado a otra situación aunque más no sea en comparación con otros productores y otros países.

El proyecto de cambio remite sin embargo a un estado anterior, temido, peor, frente al cual reaparecen los viejos fantasmas.

La situación es vivida actualmente como difícil y molesta, se ve como una situación de deterioro en aumento, que genera hostilidad entre los implicados. La percepción de deterioro genera un malestar que hace que las propuestas sean siempre calificadas como desaciertos censurables y como intentos de que no protesten pero suelen creer que los van a engañar.

Por una parte se perciben como valiosos y por otra como degradados. Sólo si se comparan con la situación anterior el discurso aparece más positivo.

Se reconoce la mejoría como resultado de los cambios generados desde fuera: políticas financieras, aumento del precio de los productos, ayudas de la UE. Los fondos de cohesión europeos para Andalucía han sido la clave de la buena situación actual.

Los fondos estructurales aparecen como el eje del cambio en la región y en el sector. Los fondos habrían levantado el campo, lo habrían despertado de la inactividad, de la desesperanza y del olvido.

Las ayudas externas habrían unido a los productores congregados en movimientos de progreso que peligran actualmente, según creen. Dudan de los logros como si toda la modernización y la mejora no hubiesen generado cambios interiorizados y que al desaparecer las ayudas, desaparecerían también.

Se aprecia en las opiniones de los interesados que la clave de todo fueron los fondos estructurales. Las subvenciones han apoyado al productor y favorecido el crecimiento del sector y estas subvenciones son entendidas como un sostén que no deben desaparecer.

El trabajo, el producto y la producción no son rentable de por sí.

Las ayudas estructurales han permitido un cambio y una mejora en:

- ◆ métodos de producción.
- ◆ técnicas de cultivo.
- ◆ corrección de problemas de contaminación.
- ◆ cuidado medioambiental.
- ◆ desarrollo tecnológico.
- ◆ mejora de la calidad.

Una revolución tecnológica impresionante es la que se está llevando a cabo en los métodos de producción, esto comienza a solucionar los problemas de las almazaras. Los avances técnicos para la extracción del aceite, mejoran la producción, esto favorece las ayudas comunitarias ya que estas están orientadas a la producción.

Sin el actual régimen de estas ayudas la explotación pasa a ser menos rentable y el cuidado del olivar y la producción pasan a un segundo plano.

El propietario del olivar busca otros nichos laborales, por lo que su olivar lo maneja a tiempo parcial utilizando al máximo la mano de obra familiar para seguir manteniendo esos olivos.

Todos estos cambios debidos a los fondos estructurales han derivado en una modificación de la orientación empresarial según dicen los representantes de las administraciones locales, que sin embargo no lo reconocen los productores.

La mayor parte de las cooperativas recogían las aceitunas de sus socios, molturaban y envasaban a granel... cada vez más las propias cooperativas envasan su propio aceite extra virgen.

Actualmente las cooperativas están comenzando un proceso tendiente a la mayor tecnificación desde el principio de la cadena llegando hasta el consumidor. Su

consolidación se concreta en la venta del aceite con denominaciones y marcas que son reconocidas en el mercado.

La infraestructura esta bien pero también es necesario mantener más subvenciones.

La situación actual se ve totalmente ligada a la política de apoyos y ayudas estructurales recibidas, sin las cuales todo sería diferente.

En este sentido, un aspecto especialmente preocupante son las próximas decisiones sobre la Organización Común del Mercado(OCM) del olivar.

La anterior reforma, que derivó en la prórroga actual, fue calificada como insuficiente y discriminatoria, se realizó con pocos datos fiables; fundamentalmente por eso, es necesario ofrecer información precisa ante el nuevo proceso de toma de decisiones que se va a llevar a cabo.

El conocimiento exhaustivo del sector es imprescindible para que las razones sean reconocidas y tenidas en cuenta en la Unión Europea.

La Junta de Andalucía ha elaborado un estudio, llamado “El olivar Andaluz”.

Se trata de un valioso instrumento de información, en el que la Consejería de Agricultura y Pesca lleva trabajando tres años y hoy nos permite caracterizar la estructura productiva, tecnológica y social del olivar. Esto demuestra la gran preocupación de las autoridades andaluzas en el sector del olivo.

Además constituye una herramienta única para simular escenarios futuros(sistema de ayudas, requisitos medioambientales, sequías, precios, costes etc), para la toma de decisiones de forma objetiva y razonada.

La superficie dedicada al cultivo del olivo u olivicultura tiene una extensión en la región andaluza de 1.478.897 hectáreas. Con una producción media(desde el año 1996 al 2002):

- 901.457 toneladas de aceite de oliva.
- 324.650 toneladas de aceituna de mesa.

5.2. Caracterización del olivar andaluz

5.2.1. Tamaño de la explotación

El olivar andaluz es un cultivo eminentemente social debido al número y tamaño de las explotaciones, el tamaño medio de la explotación es de 5.04 hectáreas.

El 80% de las explotaciones de olivar tienen menos de 5 hectáreas, ocupando más del 26% de la superficie de olivar, es decir predomina el minifundio en el cultivo del olivar.

En cambio, solo el 1.7% de las explotaciones, tiene más de 40 hectáreas y concentran el 29% de la superficie.

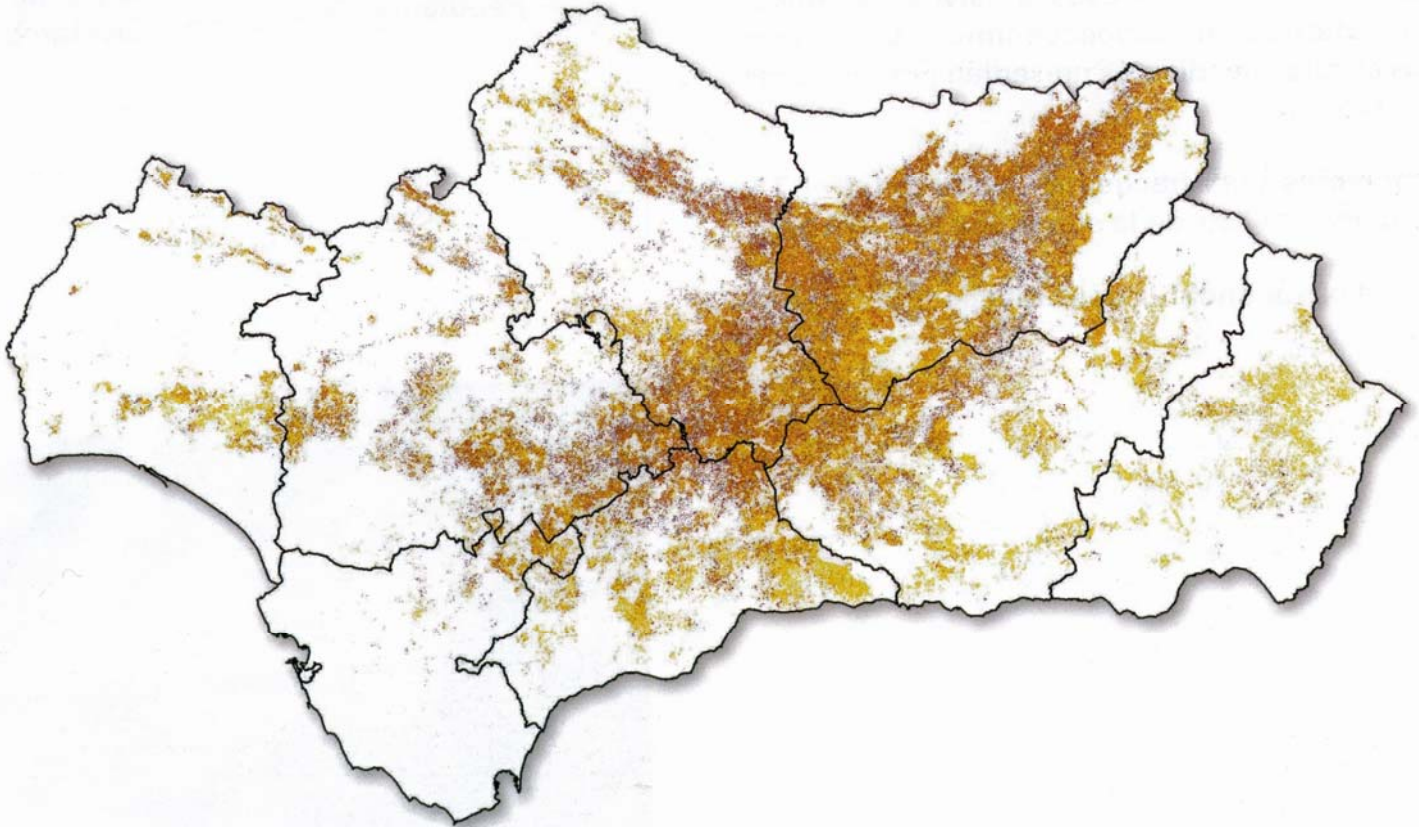
Se observa que las explotaciones más pequeñas son ligeramente más productivas que las de mayor tamaño, tal vez sea por la mayor dedicación, casi como empleo personal de sus propietarios.

A continuación se presenta un cuadro que recoge la relación entre los tamaños de las fincas y la producción.

Explotaciones por tamaños

Tamaño de explotación	Superficie (Hectáreas)	Número de Explotaciones
Menores o iguales de 1 Ha	52.629 (3.42%)	93.161 (31.06%)
Entre 1 y 5 Ha	340.908 (23.05%)	144.803 (48.28%)
Entre 5 y 10 Ha	231.306 (15.64%)	33.318 (11.11%)
Entre 10 y 40Ha	425.227 (28.75%)	23.574 (7.86%)
Entre 40 y 100 Ha	234.550 (15.86%)	3.934 (1.31%)
Más de 100 Ha	186.227 (13.27%)	1.119 (0.37%)

Fuente. Anuario de la Junta de Andalucía año 2002

Distribución de explotaciones olivareras por tamaño

*Tal como se aprecia en el mapa, los colores más oscuros representan explotaciones de mayor tamaño, siendo el color violeta el que refleja explotaciones superiores a 100 hectáreas y el amarillo explotaciones menores a una hectárea

5.2.2. Pendiente media de las explotaciones

La pendiente es una variable de gran importancia en relación con los procesos erosivos del olivar y su caracterización socioeconómica.

Los olivos situados en altas pendientes presentan producciones medias inferiores, ya que hace más frío y la flor cuaja menos, perdiéndose muchas durante las heladas de abril, periodo en el que el olivo está en flor, los árboles pierden floración que son los potenciales frutos.

Durante la recogida de la aceituna también se pierden muchas, en estos terrenos con pendientes ya que al ser vareadas ruedan por la inclinación del terreno.

Las pendientes más frecuentes están entre el 7 y el 15%, ocupando el 38% de la superficie (566.775 Ha).

Un 36% del olivar de Andalucía tiene una pendiente superior al 15 %, ya que es una región muy montañosa, siempre han cultivado aunque fueran tierras de grandes inclinaciones. Muchos municipios de las provincias de Jaén, Málaga, Córdoba y Granada sus cultivos se realizan en terrenos con grandes desniveles por lo que sus rendimientos finales son menores a las explotaciones en terrenos más llanos.

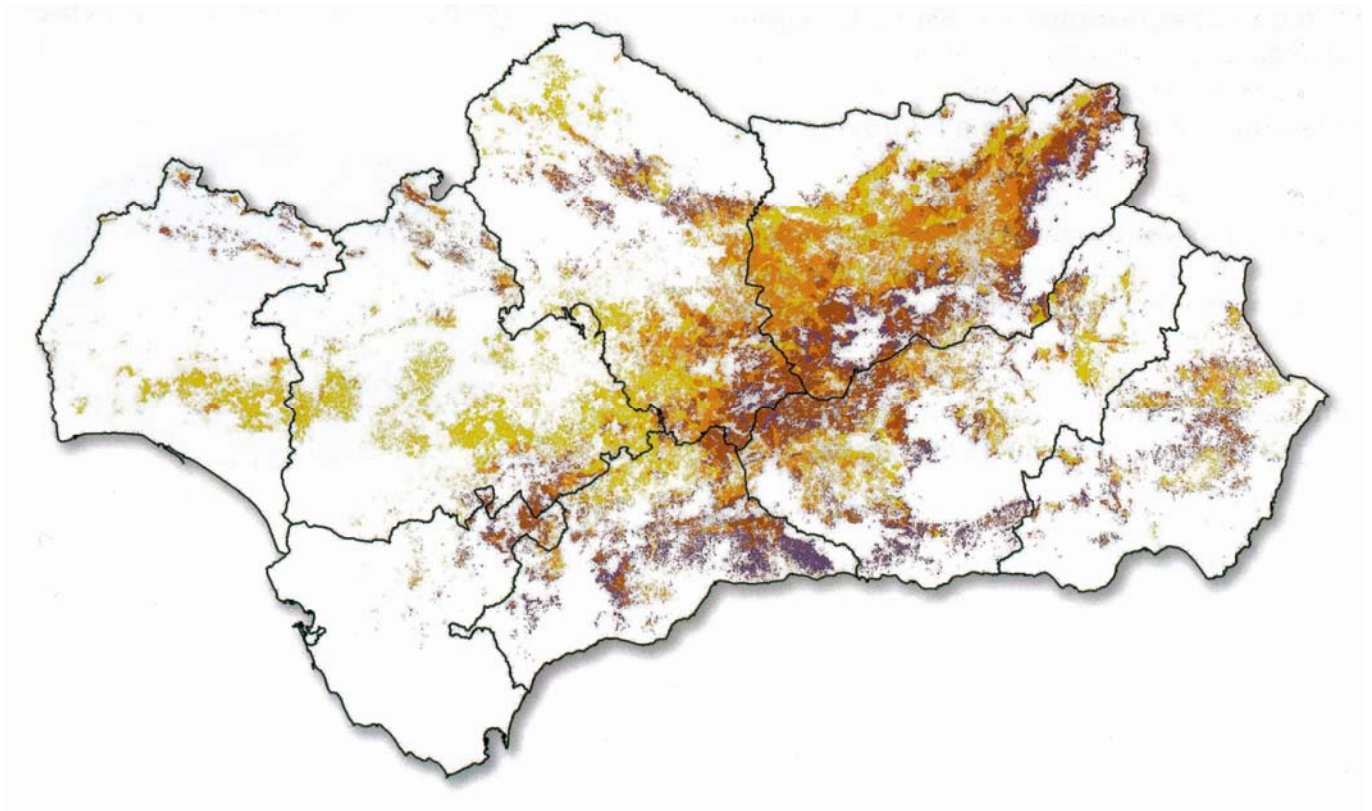
A continuación el cuadro siguiente refleja la situación orográfica de los cultivos del olivar en la región de Andalucía.

Pendiente media de las explotaciones olivareras

PENDIENTE	SUPERFICIE(HECTÁREAS)
Menor o igual al 7%	384.570 (26.00%)
Entre el 7 y el 15%	566.775(38.32%)
Entre el 15 y 30%	439.698(29.73%)
Más del 30%	87.853(5.94%)

Fuente. Anuario de la Junta de Andalucía año 2002

Distribución de las explotaciones olivareras andaluzas por pendiente



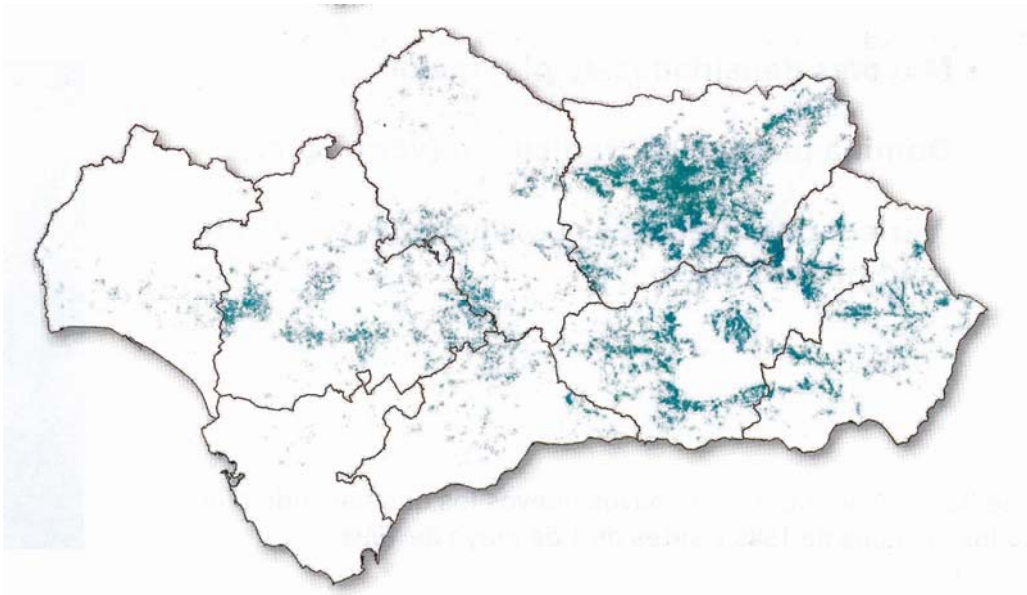
- Tal como se aprecia en el mapa los colores más oscuros representan mayores pendientes, siendo el color violeta mayor al 30% y el amarillo menor del 7%.

5.2.3. Régimen de cultivo

El olivar es un cultivo mayoritariamente de secano, aunque el regadío representa el 17.5% de la superficie, 259.343 Ha.

La mitad del regadío corresponde a la provincia de Jaén.

Superficie de olivar de regadío por provincias andaluzas



A pesar de ser el olivar un cultivo bien adaptado a las condiciones de secano, se evidencia que existe un claro incremento de la producción con el riego o con los años buenos de lluvia.

Frente a una producción en terrenos de secano entre los 2.000 y 5.000 kg por hectárea, los terrenos de regadío pueden llegar a alcanzar una producción de más de 15.000 kg por Hectárea.

La distribución de las explotaciones olivareras en régimen de secano y de regadío en la región andaluza son las siguientes

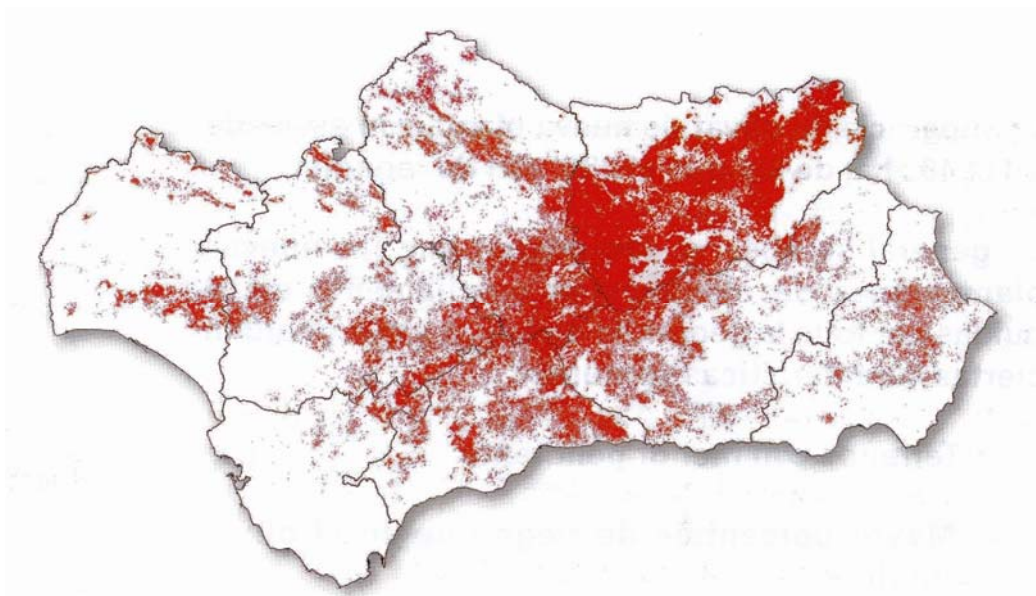
- superficie de secano 1.219.553 ha (82.5%).
- superficie de regadío 259.343 ha(17.5%).

La superficie de regadío en las explotaciones olivareras por provincia, queda recogida en el cuadro siguiente:

Explotaciones de regadío por provincias andaluzas

PROVINCIA	%
JAÉN	50%
SEVILLA	17%
GRANADA	15%
CÓRDOBA	8%
ALMERÍA	5%
MÁLAGA	3%
HUELVA	1%
CÁDIZ	1%

Fuente Anuario de la Junta de Andalucía año 2002

Superficie de olivar de secano por provincias andaluzas***5.2.4. Olivos de nueva plantación***

La superficie de olivar de nueva plantación asciende a 111.402 ha, de las que el 28% son de regadío. Se consideran olivos nuevos los que han sido plantados después de 1989 y antes de 1 de mayo de 1998 (Plazo que nos dio la UE, para que dichos olivos sembrados en esas fechas gozaran del derecho a subvención,

los que sean sembrados con posterioridad a la fecha, no tendrán ese derecho reconocido).

En general se observa que las nuevas plantaciones de olivar están ampliamente distribuidas por toda la geografía andaluza y que guardan ciertas características comunes:

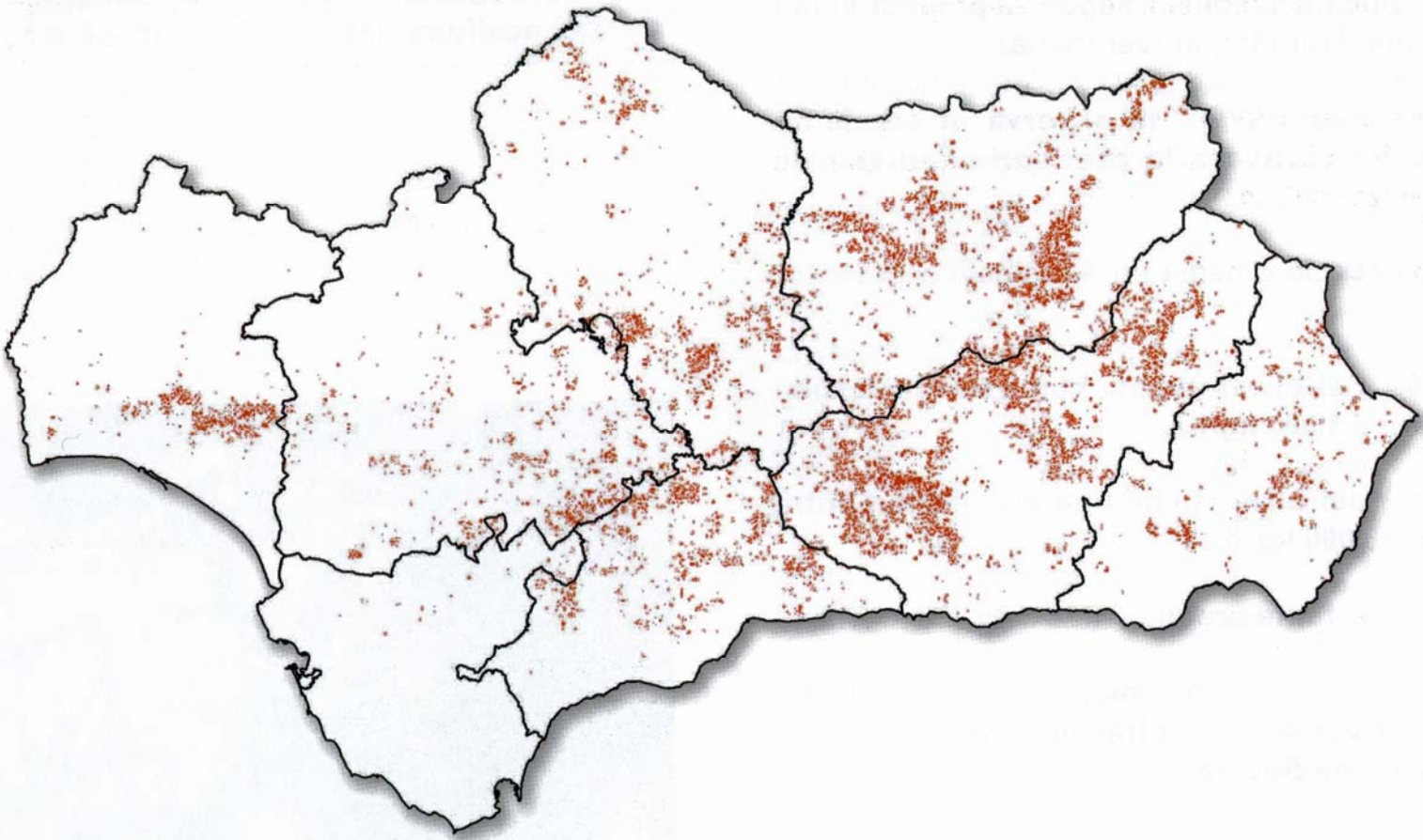
- suelen ser terrenos con menor pendiente.
- hay mayor porcentaje de riego que en el olivar adulto.
- mayores densidades de plantación.
- la plantación tradicional la que se suele poner, es decir de varios pies.
- suelen ser variedades precoces, productivas y de alto rendimiento graso.

Como característica común se aprecia, que en las plantaciones nuevas hay un interés mayor en obtener mejores rendimientos en la producción de las explotaciones olivareras.

El año 1997 fue en el que se realizaron más nuevas plantaciones, se llevaron a cabo la siembra de nuevos olivos en más de 30.000 hectáreas de superficie de secano y alrededor de 16.000 hectáreas de regadío.

La provincia con diferencia que más nuevos olivos han introducido ha sido, Granada siguiendola a una distancia prudencial las provincias de Jaén, Sevilla, Córdoba y Málaga.

Superficie de olivar de nueva plantación



5.2.5. Producción Kg aceituna por hectárea

En general se han identificado una gran heterogeneidad en la distribución del olivar, según su productividad, incluso en el ámbito municipal, ya que las diferentes variedades de árboles tienen producciones distintas.

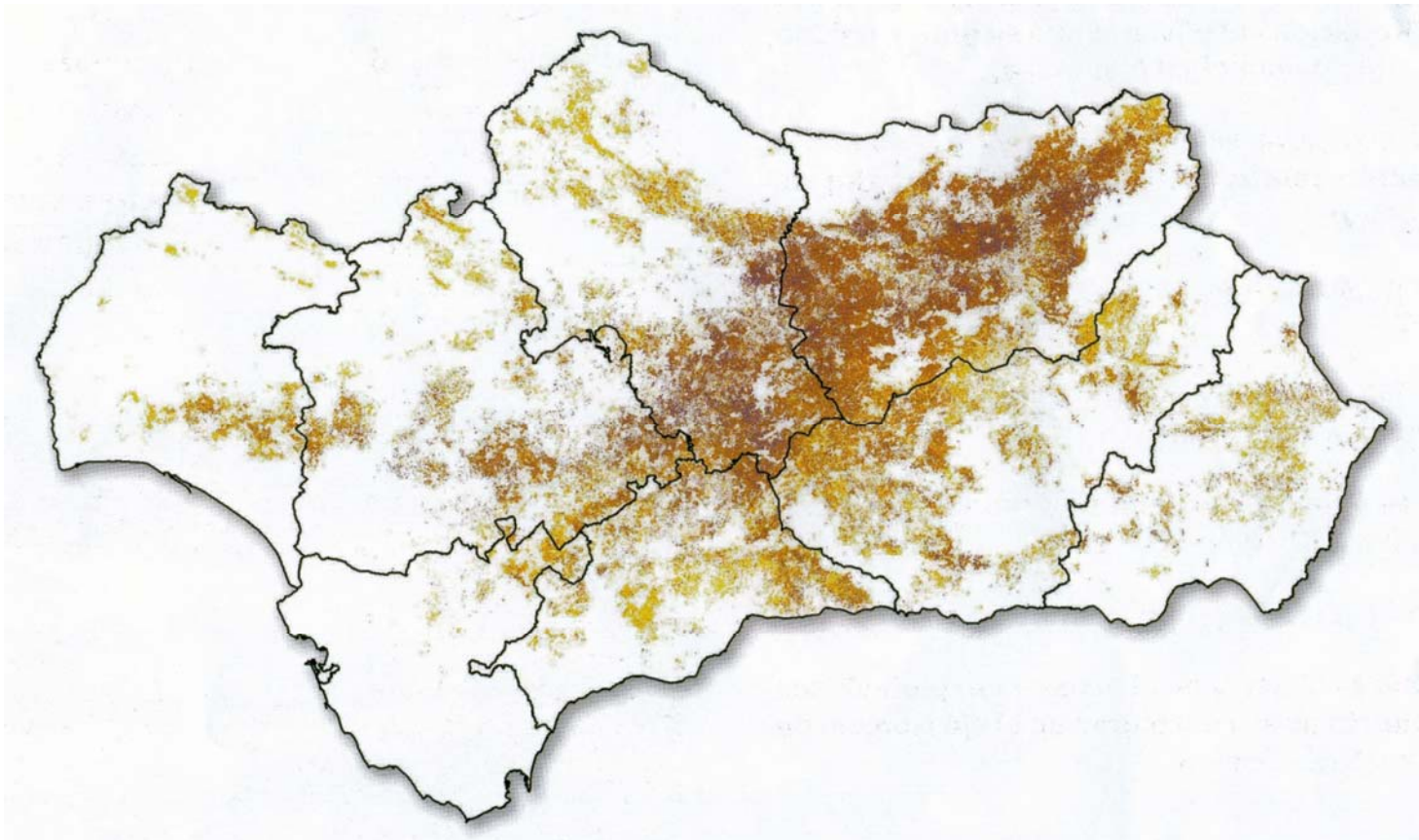
Para la campaña 00/01 se observó la siguiente información relativa a la productividad (Kg de aceituna por hectárea.)

- La producción media en Andalucía es de 2.982 Kg/ ha.
- El 35% del olivar cuenta con una producción inferior a 1.500kg/ha.

- El 54% del olivar tiene una producción entre los 1.500 y 5.000 kg./ ha.
- El 11 % restante produce más de 5.000 kg./ha.

Las explotaciones más productivas se concentran en el eje Noreste de Jaén sur de Córdoba y Sureste de Sevilla, son terrenos llanos, de accesos fáciles y donde la mecanización agrícola abarata notablemente los costes de mantenimiento ya que se usan más medios técnicos, se puede varear con brazo mecánico, incorporado al tractor, es decir con vibrador, que agita el olivo para que caigan las aceitunas a unos toldos que cubren los suelos recogándose más rápidamente la cosecha.

Distribución de explotaciones olivareras según producción



**Tal como refleja los colores del mapa, las explotaciones con mayor producción (Kg aceituna/Ha) son las de colores oscuros, siendo el color violeta el que representa producciones mayores de 5000 Kg y el color amarillo, representa las explotaciones con menos de 500 Kg de producción*

En el siguiente cuadro queda reflejado la producción por hectáreas.

Producción en kg de aceitunas por superficie (ha)

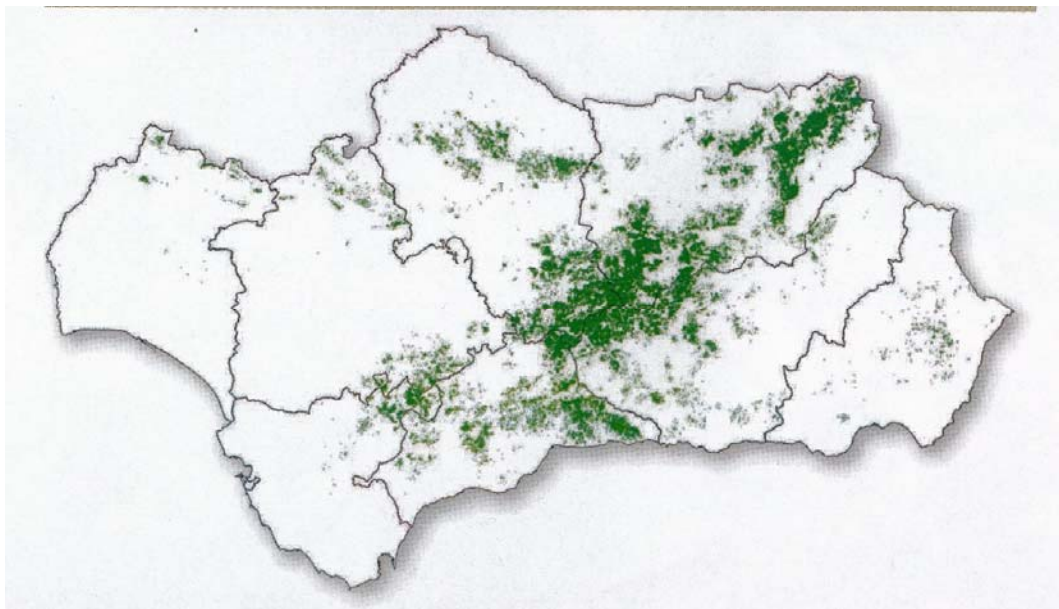
PRODUCCIÓN KG ACEITUNA /HA	SUPERFICIE EN HECTÁREAS
Menos o igual a 500	164.661 (12.71%)
Entre 500 y 1.500	293.564 (22.66%)
Entre 1.500 y 3.000	384.188 (29.66%)
Entre 3.000 y 5.000	309.074 (23.86%)
Más de 5.000	143.860 (11.11%)

Fuente. Anuario de Junta de Andalucía año 2002

5.3. Tipología de las explotaciones de olivar

5.3.1. Tradicional de secano con pendiente alta

Distribución de las explotaciones de olivar de secano con pendiente alta



Se localiza principalmente en zonas de montaña o sierra, como en Sierra Morena, Sierra de Cazorla o del Segura, Sierras Subbéticas, la Comarca de la Axarquía y Sierra de Cádiz.

Se ha considerado aquellos terrenos que tienen pendiente alta la que es superior al 15%.

Ocupa 391.487 hectáreas, el 31% del olivar andaluz más de 90.000 explotaciones olivareras, el 35% del total de la Comunidad Andaluza.

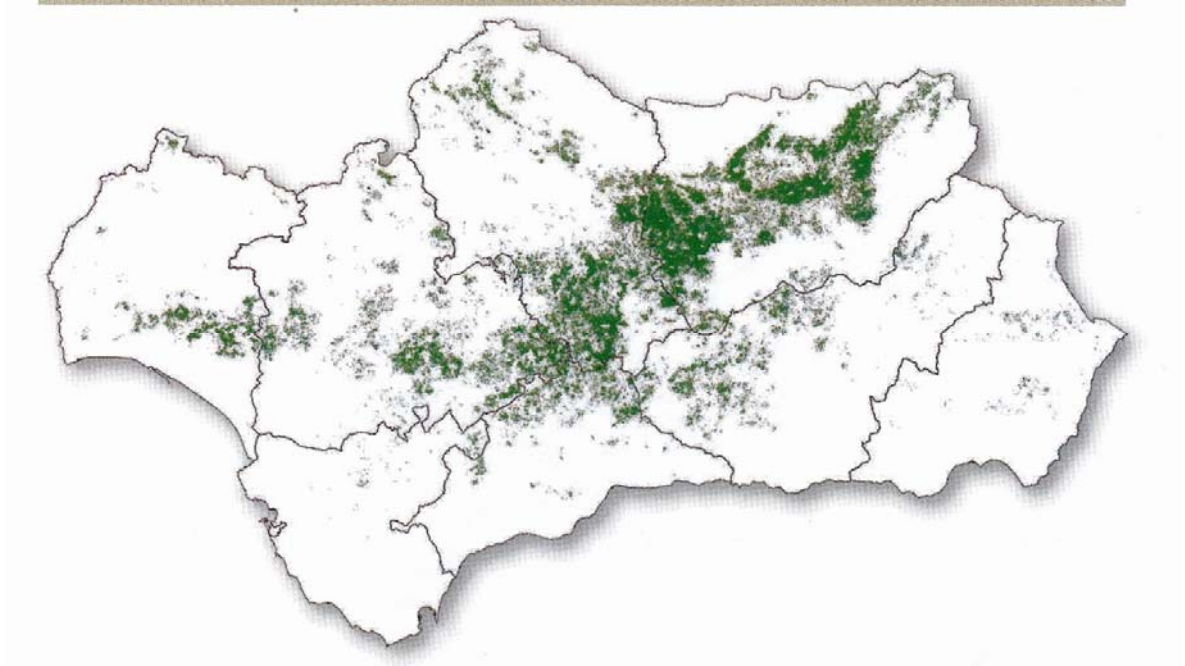
Las provincias andaluzas que integran este tipo de explotaciones olivareras son Jaén con casi un 20% de sus explotaciones, ya que todo el puerto de montaña de Despeñaperros es una buena representación del cultivo tradicional de secano con pendiente alta. En menor representación se encuentran las provincias de Granada, en su parte noroeste, en su linde con la provincia de Córdoba, hacia su eje sudeste.

Este tipo de olivar tiene ciertas limitaciones:

- Mayores costes de producción (puesto que en este tipo de terreno resulta más complicado el acceso para atender las necesidades del cultivo, es más difícil usar medios mecánicos para arar el suelo, podar los árboles y por supuesto la recogida de la aceituna se hace más complicada).
- Menos producción, como media un 25% inferior a la andaluza.(las condiciones del terreno más áridas, mayores contrastes térmicos entre el invierno y el verano, y su dificultad para la recogida de la aceituna hacen que su producción sea menor).
- Mayor riesgo de erosión (son terrenos pobres en substratos naturales, con una capa frágil de vegetación, por lo que tiene poca sujeción el suelo, siendo más afectado el terreno por las lluvias torrenciales y por el fuerte calor que soportan en verano).

5.3.2. Tradicional de secano con pendiente moderada

Distribución de las explotaciones de olivar de secano con pendiente moderada



Estos tipos de cultivos se localizan principalmente en terrenos de la campiña del Valle del Guadalquivir.

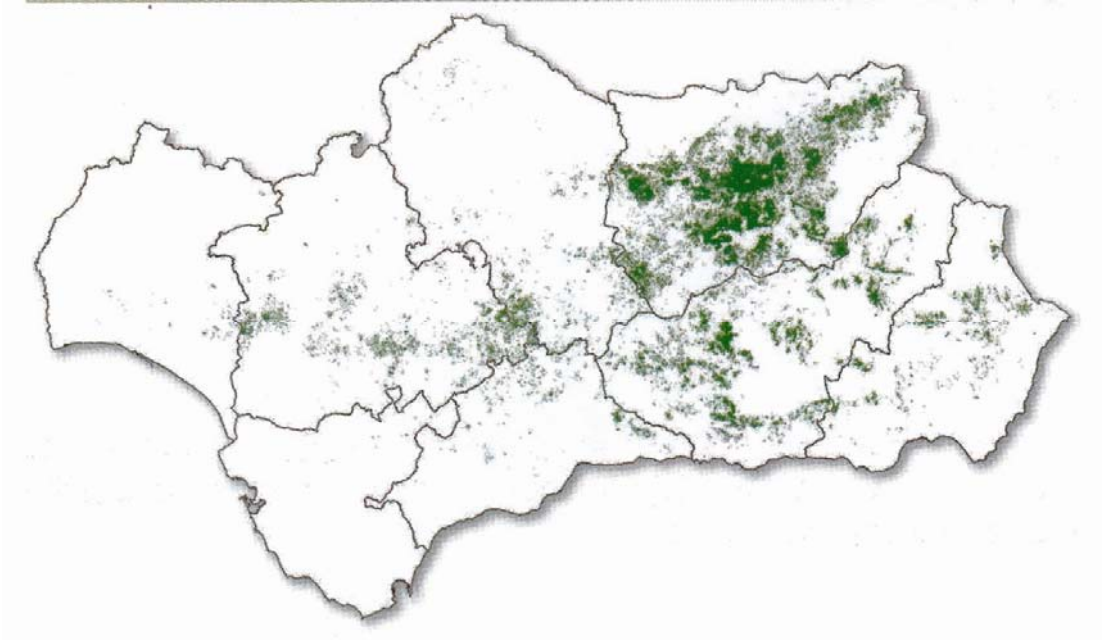
Este es el tipo de olivar más extendido en Andalucía, ocupando el 40% de la superficie (509.598 Ha) y el 38% de las explotaciones más de 96.191 fincas.

En general estas explotaciones se identifican con la media del olivar andaluz, tanto en producción como en tamaño de explotación.

Las provincias andaluzas con mayores extensiones dedicadas al olivo con estas características edafológicas son Jaén con aproximadamente el 63% de todas sus explotaciones olivareras y Córdoba con una menor extensión aproximadamente el 24% de sus explotaciones.

5.3.3. Tradicional de regadío

Distribución de las explotaciones de olivar de regadío



El olivar tradicional de regadío ocupa el 22% del olivar aproximadamente unas 282.410 hectáreas y el 18% de las explotaciones más de 45.814 fincas dedicadas a la olivicultura.

Por lo general son explotaciones de varios pies con marcos de plantación tradicionales y que incorporan el riego a su paquete tecnológico. Esto permite que las producciones medias sean relativamente altas, sobre todo en campañas de limitaciones de riego.

Este tipo de olivar proporciona estabilidad a la producción andaluza amortiguando la alternancia de la producción.

Como se ha comentado anteriormente, el olivo es un árbol que da cosechas cíclicas, es decir, que un año da una gran cosecha, si lo permiten todos los

elementos climáticos y ambientales y al siguiente, año manteniéndose las mismas condiciones ambientales da una cosecha menor. Sin embargo esta condición atávica en el olivo se está perdiendo por los cuidados técnicos actuales, pudiendo dar el árbol perfectamente grandes cosechas todos los años, siempre que las condiciones climáticas lo permitan, evitando las heladas y el viento en la etapa de floración o las sequías de final de verano y principios de otoño, ya que en septiembre o a primeros de octubre es cuando la aceituna engorda y para que tenga el aspecto redondito debe de llover, si esto no ocurre se queda pequeña con el aspecto de una pasa y aumenta la acidez que perjudicará notablemente a la hora de su molturación para la obtención del aceite.

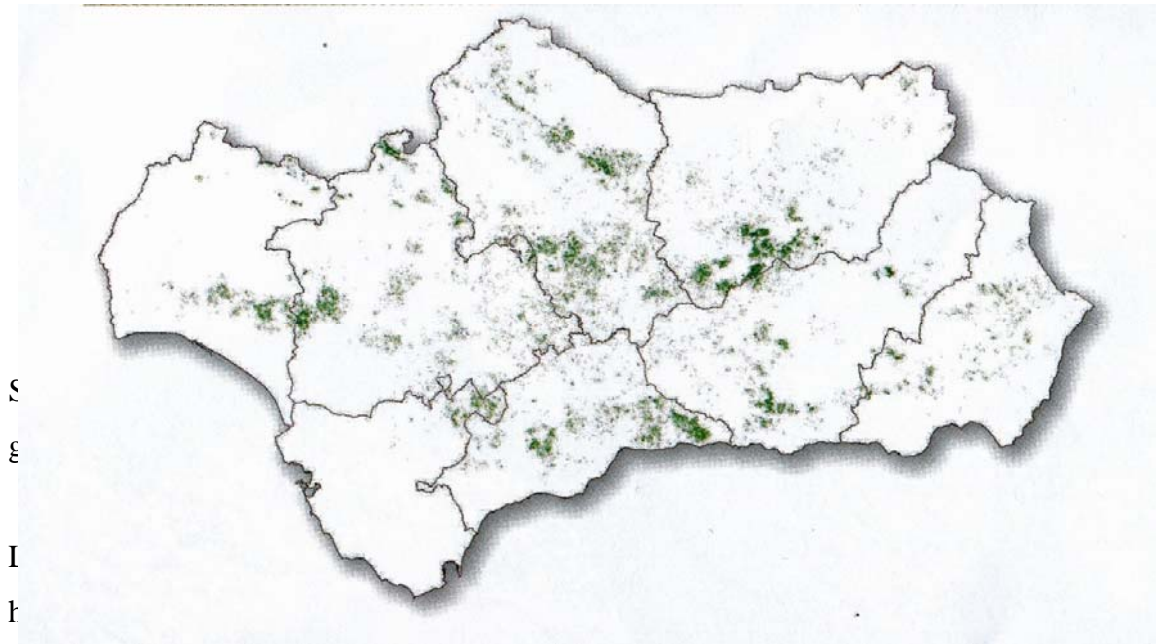
La provincia que tiene mayor representación en este tipo tradicional de regadío es Jaén con casi un 20 % de sus extensiones, teniendo todas las demás provincias unas pequeñas extensiones dedicadas a este tipo de olivar siendo Sevilla y Granada las que después de Jaén representan más en sus extensiones olivareras.

5.3.4. *Olivar intensivo*

El olivar intensivo representa el 7% del olivar andaluz casi un 94.845 hectáreas y el 9% de las explotaciones andaluzas más de 23.000 fincas dedicadas al cultivo del olivo.

En este grupo se incluyen las plantaciones que tienen un pie por árbol y más de 140 árboles por hectárea, sean de secano o de regadío, o de alta o baja densidad.

Distribución de las explotaciones de olivar intensivo



hectárea.

La importancia relativa del riego en este grupo es mayor que la media andaluza, representando el regadío el 36% del olivar intensivo.

El 38% de la superficie corresponde a explotaciones con olivos nuevos, concentrando mayores densidades.

Destaca este tipo de olivar, por su facilidad de mecanización y por sus menores costes, obteniéndose mayores rendimientos económicos que en otros tipos de cultivo del olivar.

5.3.5. La relación de los olivicultores con las administraciones

Existe desconfianza de los productores en la gestión de las Administraciones. Sobre este tema hay diferentes posturas dependiendo de las simpatías y los posicionamientos políticos entre los productores, que sospechan de la Administración y desconfían de las entidades que gestionan los recursos.

“Estos señores se han dedicado a acumular billetes y ya está... es un organismo mixto, público y privado... quien lo va a controlar... la Comunidad Autónoma debe dar explicaciones.”

Desconfían de todo en general. En opinión de los productores no existe una clara discriminación de los diferentes ámbitos administrativos, lo cual puede ser entendido como un intento de soslayar diferencias debidas a los diversos posicionamientos.

La desconfianza hacia la Administración es un intento de tapar la falta de confianza mutua existente en el sector. Los productores desvían la agresividad y la rivalidad entre ellos y la convierten de manera manifiesta en una fortaleza y un factor común que los aúna: la suspicacia frente a la Administración. Se garantizan estando de acuerdo y en sintonía entre ellos.

Hay mucho intruso aquí, las subvenciones cuando una persona vive del campo es imprescindible sino vive del campo el agricultor, por que tiene otros negocios o medios de ganarse la vida. Probablemente lo mantendrá con otros ingresos como un capricho, el problema ha aparecido cuando las multinacionales se han metido para coger subvenciones.

Se critica a quienes cobran ayudas y la rivalidad existente entre ellos, hace que se critique a los que están aprovechándose de las ayudas para el propio enriquecimiento y no para revertirlo en la mejora del sector. Las Administraciones a través del catastro están participando de este supuesto fraude. Esto quieren ocultarlo como un “secreto de familia” y se minimiza haciendo hincapié en otros puntos de la cuestión, en realidad más tangenciales, como que no son agricultores quienes desde las multinacionales cobran estos subsidios indebidamente.

Las ayudas que se reciben hacen que se polaricen las posiciones y crezca la sospecha.

Se acude a las autoridades europeas como una garantía de credibilidad frente a la desconfianza que suscitan las administraciones nacionales.

Los señores que están inflando la producción son los responsables de que se cobren menos subvenciones de la que correspondería cobrar.

La queja va contra los límites impuestos que los productores consideran arbitrarios y que son fuentes de diferencias y dificultades.

Las Administraciones vienen connotadas en el discurso como un monstruo voraz que se alimenta de lo que quita a los productores, las relaciones aparecen definidas con términos que denotan agresividad y sadismo. Las Administraciones se están llenando, nutriendo a costa del daño al productor.

Otros que discrepan con esta posición valoran las medidas de la Administración como un freno a la avidez de los productores que no admiten las limitaciones impuestas.

Hay que vender sino se enrancia el aceite y lo tienen que tirar, no puede aguantar dos o tres años, están obligados a vender a como lo paguen.

Frente a las Administraciones no hay reconocimiento, sólo quejas. Los productores se ven estafados por la Administración, maltratados por la UE y dependientes de las ventas del aceite percedero. El carácter de percedero atraviesa al productor y también a su producto.

La desconfianza hacia las Administraciones es una señal de la dependencia no admitida.

Por causa de la dependencia de los productores los transforma en su identidad. De generar productos, bienes y riquezas, se transforman y quedan ellos en necesitados y dependientes.

5.4. Rentabilidad del sector oleícola

5.4.1. Costes e ingresos

Para la determinación de los costes e ingresos se han considerado los datos medios de la campaña 2000/2001:

- Precio del aceite. 2.23 euros por Kg.
- Precio aceituna de mesa: 0.56 euros por Kg.
- Ayuda : 1.12 euros por Kg.

Las causas por las que las explotaciones andaluzas han tenido pérdidas, es decir que han sido mayores sus costes de mantenimiento a los ingresos finales se pueden resumir atendiendo a diferentes criterios, variedad de tipo de explotación según el terreno, tiempo del olivar, la madurez del árbol, climatología.

La superficie andaluza con rentabilidad negativa:

El 43.5% del olivar de sierra, debido a los altos costes de mantenimiento y la baja productividad, ya que los jornales son altos y las condiciones del terreno hacen que en estos olivos sea más lento las labores agrícolas por la dificultad de su acceso.

El 23.8% del olivar tradicional de secano, ya que la falta de lluvias hizo que se perdiera parte de la cosecha por estar las aceitunas con poco peso.

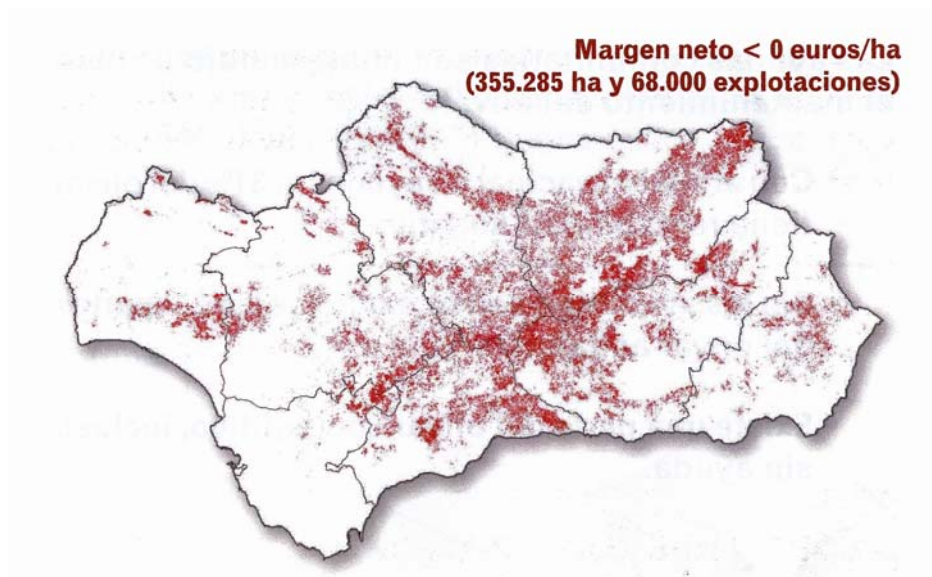
El 22.5% el olivar de regadío, sobre todo se ha debido a la existencia de olivos jóvenes que aún no dan fruto, pero que requieren cuidados.

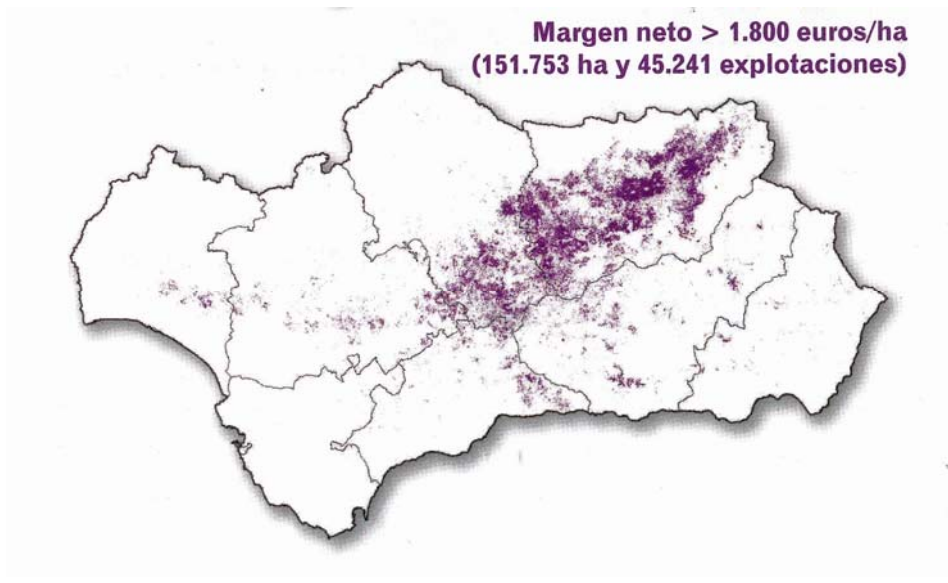
El 43% del olivar intensivo, fundamentalmente se ha debido a que muchas de estas plantaciones son nuevas y aún no se encuentran en plena producción.

Analizada la rentabilidad para el conjunto de explotaciones de Andalucía, estas son las conclusiones:

- Tiene rentabilidad negativa el 31% de la superficie de olivar(355.285 ha) y 68.000 explotaciones el 26.8% de las tierras dedicadas al cultivo del olivar.
- Otro 30% de la superficie obtiene un margen neto entre el 0 y 600 euros por hectárea.
- El 39% restante obtiene más de 600 euros por hectárea. En este grupo destacan las explotaciones sobre 45.241 que obtienen más de 1.800 euros por hectárea y que alcanzan el 12 % de la superficie dedicada al cultivo del olivar.

Margen neto





5.4.2. Ayuda de la PAC

Las ayudas comunitarias son imprescindibles para el mantenimiento del olivar:

- Con el sistema actual de ayudas el 31% del olivar tiene rentabilidad negativa.
- Sin las ayudas no serían rentables las 2/3 partes del olivar andaluz.
- Existe una parte del olivar competitivo, incluso sin ayuda.

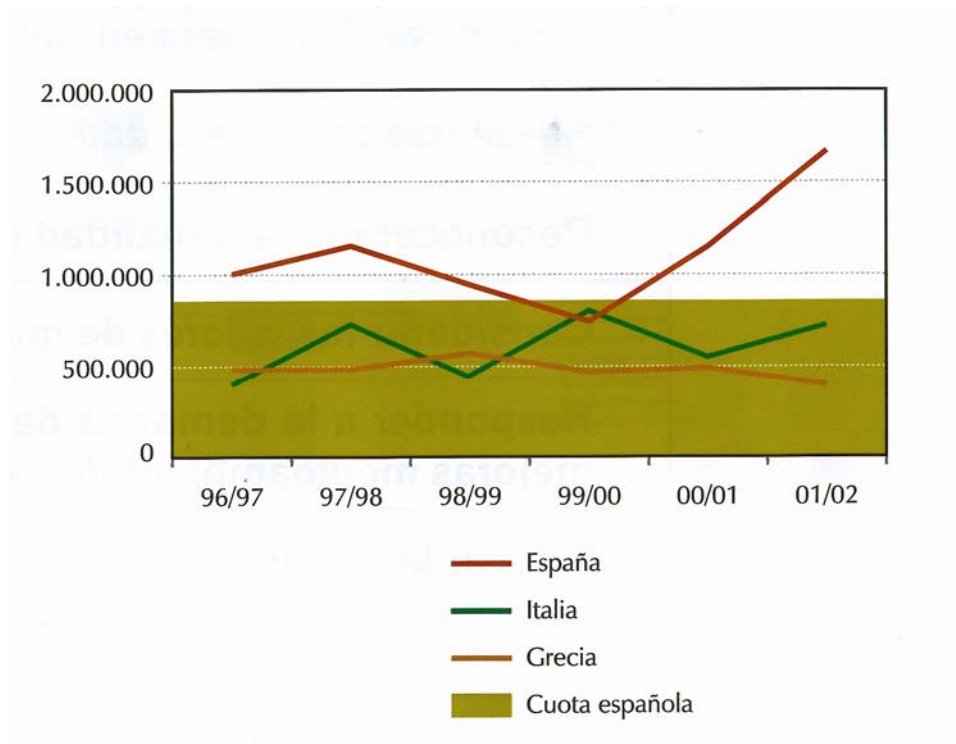
5.4.3. Análisis de la actual OCM

En cinco de las últimas seis campañas, la producción española se consolida en torno a 1.100.000 Tm. En la presente campaña 2002 -2003 también superaremos la cuota.

España es el país con más déficit de cuota como media de los últimos 6 años un 30% de la producción está fuera de cuota.

Durante las 4 campañas tras la reforma, España es el país comunitario que menos ayuda media ha percibido, 0.323 euros/ Kg casi 0.6 euros/ Kg por debajo de la ayuda plena.

Evolución de la producción de aceite de oliva con derecho a ayuda(tm)



A pesar de los beneficios parciales de la OCM, ésta provoca desequilibrios internos y de discriminación frente a otros países de la UE.

La OCM futura debe:

- Garantizar de manera equilibrada la renta de los olivares.
- Adaptarse a la diversidad del olivar.
- Reconocer la realidad productiva andaluza.
- Considerar los valores de multifuncionalidad del olivar.
- Responder a la demanda de los consumidores, en calidad, en mejoras de medioambiente y de seguridad alimentaria.

- Apoyar la promoción del aceite de oliva en los mercados internos y externos.

5.4.4. La comercialización de los productos derivados del cultivo del olivo

El tema de la comercialización de los productos, tema controvertido sobre el cual hay diversas opiniones y que constituye uno de los nudos a desenredar para posibilitar un avance en el sector.

Los productores reconocen que este es un aspecto poco atendido por ellos. Dentro de una mentalidad tradicional y conservadora aparece un discurso resignado, individualista, salvando algunas excepciones.

La mayoría opina así:

“ - Nosotros bastante tenemos con producir...

Hay que potenciar la venta y la comercialización....

- No es competencia nuestra...”

El mercado internacional del aceite está en manos de distribuidores e intermediarios italianos. Los empresarios industriales dicen que el sector tiene poca mentalidad empresarial y que la presencia de los productores y de las cooperativas retrasa la profesionalización necesaria por otra parte, para poder competir.

No hay un marketing destinado al aceite de oliva para el ama de casa, como pasó hace unos años cuando se introdujo el aceite de girasol, que hay anuncios que incitan a su consumo en cambio del aceite de oliva no, cuando el aceite de oliva es mejor, y es ahora cuando se esta potenciando con campañas publicitarias.

La venta y distribución de los productos ha estado tradicionalmente en manos de grandes distribuidoras con sus propias marcas conocidas las que hacen sus

propias campañas de promoción. Pocas son las cooperativas que se ocupan de desarrollar planes de marketing, este tema no está suficientemente cuidado.

Algunos opinan que no es tarea concerniente al área de la producción mientras que otros disienten con esa opinión.

Creen que eso no es exactamente así, ya que han desarrollado en los últimos años una campaña intensa para ir abriendo mercados.

Estas diferencias de opinión están señalando la existencia de dificultades para un cambio de mentalidad.

Este cambio de mentalidad es una necesidad a nivel general, desde el consumidor al productor y a las instituciones implicadas.

Se trata de variar ciertos hábitos referidos al olivar y al consumo de aceite de oliva. Producir tiene que convertirse también en generar demandas y no sólo envasar a granel como hasta ahora.

Creen que no hay suficientes medidas para promocionar. En los grupos de productores hay poco discurso sobre este punto sin embargo la falta de promoción es la causa de la falta de demandas según opinión de algunos.

Promoción no hay según se ve, algunos creen esto porque los precios no suben, si estuvieran haciendo promoción estarían los precios más altos. Se está haciendo muy poco por potenciar el consumo.

También desde las Administraciones se reconoce que el aspecto pendiente por desarrollar es el aspecto comercial. En el mercado ha habido un avance muy importante pero insuficiente.

A la administración le queda por solucionar una serie de retos importantes, todavía seguimos siendo un productor de aceite a granel aunque quieran disfrazar la realidad con grandes éxitos de campañas de ventas y comercialización.

El consumo está muy concentrado en aceites refinados y no en los aceites extra vírgenes como sucede en Italia. Allí el consumo absolutamente mayoritario es de dicho aceite y eso otorga un mayor valor añadido. El aumento de la demanda favorece la promoción, la realización de campañas de publicidad, las posibilidades en el mercado y por ende el consumo.

Al productor andaluz le resulta más fácil vender el aceite a tener que estructurar estrategias de marketing para lo cual no se cree suficientemente apto. Se mantiene una inercia a pesar de que poco a poco están apareciendo proyectos en este sentido.

Estos criterios de rentabilidad están siendo analizados en opinión de algunos productores, es fundamental la visión empresarial y comercial, que sin embargo no tiene en cuenta la mayoría de los productores.

5.4.5. Posibles repercusiones de la PAC en el empleo andaluz

Hay acuerdo entre todas las partes implicadas acerca del efecto que los cambios en la PAC traerán sobre el empleo. Los productores, lo ven de un modo más inmediato previendo un efecto de abandono del olivar que perjudicará la mano de obra.

Se perjudicará la mano de obra, habrá menos jornales ya que van a intentar usar medios técnicos que facilitan la recolección como el uso del vibrador y lo que caiga al suelo lo recoge la barredora.

Se intentará abaratar los costes, minimizarlos lo cual conducirá a un aumento de la mecanización de algunas fases de la recolección y del proceso de producción en general.

También desde las administraciones se admite que el primer perjudicado será el empleo dado que el agricultor, según dicen, al disminuir sus ingresos, para mantener el nivel de rentabilidad disminuye los costes. Dado que, los costes en mano de obra representan el 80 % es de esperar que esa partida sea la más afectada.

Se ven en la necesidad de contratar menos mano de obra... ajustan la práctica del cultivo para que la mano de obra sea inferior.

El modo en que se prevé ha de ser solucionado, el dilema de la menor rentabilidad, sería utilizar su propia mano de obra familiar no contabilizada. Esto es en cierta medida un efecto regresivo.

Iría en una merma de una explotación bien cuidada, bien explotada y con futuro para convertirse en una explotación de subsistencia.

Un sector tiene empleo mientras tiene futuro, siempre se pierde empleo por la propia evolución y además sino hay un futuro muy claro hay más temor.

Los empresarios esperan una reconversión del sector. Las administraciones hablan de una reestructuración. Se espera una fórmula de equilibrio en las subvenciones, fórmula entre las ayudas a la hectárea y a la producción . Así se supone que no se perderá empleo más allá de aquel que la evolución tecnológica y la evolución puedan significar.

Hay una cierta fatalidad en relación con el empleo según las administraciones. La tendencia en este campo es la de ir bajando el número de empleados ya sea por la menor rentabilidad, ya sea por la pasividad del productor o por la tecnificación.

La ayuda por superficie también tiene un inconveniente de pérdida de empleo y es que la pasividad del agricultor al cobrar la ayuda independientemente de la producción entra en un círculo de pasividad.

Se da por hecho que la mano de obra que se mantenga estará peor pagada. Habrá una disminución de la rentabilidad que perjudicará al jornalero y de forma indirecta al productor que no podrá enfrentarse al reto de tener que pagar lo que pagan en otros sectores.

Los salarios son reconocidos como salarios inferiores, los productores lo reconocen pero lo justifican porque la rentabilidad de este sector es menor también.

No se pagan los jornales al precio que hay que pagarlos para que la gente se quede en el campo si comparamos este sector con el de la construcción vemos que se pagan como si fueran 10 horas de trabajo el jornal de 8 horas, es decir, que se paga más en otros sectores.

Como efecto se prevé la necesidad de mecanización, aunque se reconoce que esta solución no es aplicable a cualquier parte de los cultivos de olivo. En el sector olivarero el jornalero es imprescindible para algunas prácticas.

Si las aceitunas se caen al suelo necesitas al jornalero, sino no hay forma de cogerlas.

Junto con esto algunos productores se muestran más negativos de los efectos sobre el empleo. Dicen que no va a influir en nada queriendo decir que estarán iguales de mal que ahora, momento en que ya se está dando según dicen una transferencia de mano de obra a otros sectores más rentable.

La hostelería, el turismo y la construcción está tirando de la mano de obra que hay para el campo, seguirá como ahora perdiendo jornales cada día.

Se profundizará en un traspaso de la mano de obra de jornalero a sectores de la costa andaluza lo cual a su vez también influirá negativamente sobre el sector.

Se pasa de un tipo de economía productiva con generación de empleo a una mentalidad de paro. El cambio es percibido entonces como algo regresivo y nefasto que da paso a una inactividad mayor. Se connota el cambio como un paso de la mentalidad de producción a la inactividad forzada.

Continuamente se preguntan los más afectados: ¿Qué se hace?., ¿qué es lo que han hecho con esto? (refiriéndose a la reforma de la PAC)

Creen que lo que están consiguiendo es echar al paro a más gente y además hay que subvencionarlo entonces se dedicaran a cobrar el paro y ya está, se olvidaran de las labores agrícolas.

El cambio viene connotado como un motor a la inactividad. Con la fuerza de expulsar al productor y arrastrarlo al letargo nuevamente con riesgo de desintegrarse del tejido productivo.

Hay quien esta cobrando subvención y eso es una bestialidad, los almendros abandonados y cobrando por el no hacer, esto se esta haciendo en España.

Se fantasea la equiparación del sector olivarero a otros sectores en los que se subvenciona la no producción y se fomenta así lo que el productor denomina “robar” el dinero y no subvencionar la actividad, lo cual pone en riesgo el interés de generar empleo.

Los productores estiman que la subvención hay que vincularla al empleo. Vincular las ayudas al número de jornales de trabajo, vincular de alguna manera

al número de jornales de trabajo debe estar relacionado es una buena idea, pero el peón no quiere darse de alta.

Esta idea que puede ser positiva para un cambio en la aplicación de la PAC de modo que favorece el empleo, está mal visto por los propios jornaleros quienes dicen que son perjudicados para el coeficiente del PER.

Se admite que esta opción debe ser tomada en cuenta a pesar de las dificultades ya planteadas pero se espera poder encontrar una fórmula intermedia que al menos vincule parcialmente la subvención al número de jornales. De ese modo, el olivar se podrá mantener.

Al número de jornales en cierto modo, no totalmente sino en cierto modo incidiría sobre el pueblo, que necesita del olivar los jornales.

Se espera que la Administración Central tome en cuenta los efectos perversos de la modificación de la PAC adecuando el PER a la realidad que se genere entonces. Vincular las ayudas al empleo y no al desempleo.

No hay cultura de trabajo propiamente dicha sí hay cultura de trabajo, lo que pasa es que también hay cultura de subsidio, las dos culturas, es la cultura del paro y de la picardía las que abundan.

Existe una mentalidad ligada a la picaresca que no solamente está presente tanto en el jornalero que busca soslayar el efecto de las leyes, como en el sector en general. Se espera que los cambios en el empleo no afecten a la rentabilidad del productor, quien busca encontrar la fisura en la PAC que lo posibilite.

Se admite que se requerirá para el campo un perfil profesional distinto al actual. Un personal con mayor cualificación que sea capaz de atender una producción más mecanizada.

Tiene que ser un personal más cualificado que el que hay hoy, la mayoría son inmigrantes que no tiene ni idea de las labores del campo y a lo mejor dos o tres polacos bastantes cualificados, el obrero agrícola andaluz va a desaparecer.

El cambio en el perfil a demandar va dibujando, según dicen los empresarios un tipo de trabajador del olivar con conocimientos y formación más amplia. Deberá tener nociones en:

1. informática
2. conocimientos de mecánica y uso de herramientas
3. sistemas de riego
4. manejo de maquinarias específicas
5. uso de productos químicos y herbicidas
6. manipulación de instrumentos
7. conocimientos de normativas de riesgos laborales

Se generará otro tipo de empleo en industrias auxiliares. El ámbito de creación de empleo se trasladará desde el campo y la manipulación directa al ámbito más empresarial, temas de marketing, estrategias de venta y comercialización, aperturas de mercado, exportación y demás conocimientos ligados a las etapas anteriores y siguientes al de la producción propiamente dicha.

5.5. El sector oleícola y el medio ambiente:

5.5.1. Medio ambiente, estructuras, desarrollo rural

Aunque menos peligroso para el medio ambiente que otros muchos cultivos, el cultivo del olivo, cuando se practica de forma intensiva, puede dar lugar a riesgos ecológicos. Además el prensado de las aceitunas va unido a una producción de aguas contaminadas cuyo tratamiento y eliminación plantean problemas delicados cuando la producción oleícola se desarrolla y se concentra.

La ayuda a la producción, en la medida en que estimula la intensificación de la producción oleícola y su concentración en las zonas más favorables, tiene una cierta responsabilidad en estos problemas.

Las organizaciones de productores creadas en el marco de la OCM del aceite de oliva tiene como vocación primera gestionar la distribución de la ayuda a la producción.

Como consecuencia de ello, reagrupan en una misma estructura un gran número de oleicultores cuyas situaciones son extremadamente diversas, desde explotadores a tiempo parcial no residentes a gestores de grandes explotaciones en cultivo intensivo, y cuyas preocupaciones, por consiguiente, son también muy diversas, e incluso divergentes.

La gran heterogeneidad en la composición de las organizaciones de productores aparece así como un obstáculo para su capacidad de iniciativa.

No obstante, se observan casos en los que las organizaciones de productores han emprendido acciones de interés colectivo. Lo han hecho aún mejor ya que se han creado y desarrollado en sinergia con organizaciones agrícolas preexistentes.

La producción oleícola da lugar antes y después a una gran gama de actividades que por razones técnicas, o por razones económicas cuando el sector oleícola alcanza un tamaño crítico, tienden a localizarse en la proximidad de los olivares.

El cultivo del olivo, como demuestra la provincia de Jaén, en Andalucía, es el motor de un proceso de desarrollo económico y social de las comarcas en las que se ha implantado.

La OCM no dispone de instrumentos mediante los cuáles poder actuar directamente en este asunto, pero contribuye a él indirectamente al sostener los ingresos de los agricultores y garantizar el equilibrio del mercado.

5.5.2. El olivar de producción ecológica

La Asociación Comité Andaluz de Agricultura Ecológica (CAAE) muestra su preocupación por la reforma de la OCM del Olivar

El olivar de producción ecológica andaluz requiere de una consideración presupuestaria especial que asegure un nivel digno de rentas que le permita mejorar sus estructuras para la transformación y comercialización.

Ante la reforma de la OCM del olivar en la que se plantean una serie de modificaciones a la actual OCM las cuales según como sea su orientación definitiva puede afectar de forma muy negativa al desarrollo sostenible de numerosos pueblos y territorios andaluces.

Desde el sector del olivar ecológico se viene haciendo una gran aportación al mantenimiento del olivar desde el punto de vista ambiental, económico y social. La experiencia práctica en Andalucía del olivar ecológico nos demuestra la viabilidad y necesidad de esos cambios, dando respuestas a la demanda que la sociedad cada día mas plantea, la protección del medio natural y la máxima garantía y seguridad alimentaria para los consumidores.

Así, la Asociación CAAE ha mostrado al Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Miguel Arias Cañete, su preocupación por el olivar de baja producción al tiempo que le ha solicitado una consideración presupuestaria especial para la práctica del olivar ecológico. Así, se le ha pedido al Ministro poder participar en las mesas de trabajo y estudio que se creen al efecto. Esta solicitud de una prima especial para el aceite de producción ecológica no es nueva en otras OCM's y en otras medidas de desarrollo rural. Por ejemplo, la prima especial al ovino en producción ecológica y el aumento adicional que perciben los agricultores jóvenes que se incorporan o los que se acogen a planes de mejoras si su explotación es ecológica.

Esta preocupación también se ha transmitido a la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía.

6. PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR OLEÍCOLA EN ANDALUCÍA

Cualquier cambio genera miedo y en concreto este cambio de la PAC, remite a situaciones anteriores en los cuales los productores estuvieron más desprotegidos.

También entre los empresarios del sector reaparece una tendencia conservadora.

Mientras que los productores esperan protección los empresarios esperan amnistías fiscales u otro tipo de beneficios que puedan suplir lo que se pierdan por el cambio de la subvención.

“No nos sentimos protegidos pero nos da más susto que nos desprotejan todavía más... (...) nos preocupa mucho más que quieran protegernos de otra forma que no sea indirecta.”

Demandan que las administraciones ejerzan su poder para facilitar al sector y para que su estrategia de supervivencia pueda llevarse a cabo. No se plantean políticas de progreso. Los beneficios se esperan a través de la subvención.

Mantienen de forma perenne la demanda de apoyo y cuando esta parece evanecerse el clima deviene de resignación. El productor y el producto cobran una relación metonímica en que si uno desaparece lo hace el otro también.

Los productores son quienes más se muestran enfadados por sentirse solos ante la situación y su demanda es de apoyo y solidaridad. El enfado encierra un fuerte dolor y un sentimiento de abandono. Se demanda un reconocimiento del papel del productor.

En definitiva una demanda de acompañamiento para evitar la desesperanza frente a lo que pueda pasar en especial para los menos profesionalizados. Estos son

quienes más se resisten a imaginar una situación nueva lo cual les dificulta también para generar demandas más secundarizadas.

Mientras exista la subvención, se piensa que la que existe ahora mismo por kilo de aceite, es la mejor y lo que hay que hacer es aumentar ese mercado es decir potenciar la producción premiando al que produzca más kilos.

Sólo parece que puede expresarse una demanda indiscriminada de no modificar nada, dejar todo tal cual está.

Las medidas de saneamiento se piensan en este contexto y demanda por ello un crecimiento de consumo de aceite que podría hacer aumentar la producción. Se desliza tras esta propuesta una demanda referida a la necesidad de no depender de subvenciones, ir modificando los hábitos de la población.

Como pensamiento general se comparte el concepto que el aceite valga lo que tenga que valer y que la gente consuma aceite y por supuesto hay que mecanizar las recolecciones al máximo ya que es la única manera que hace que el campo sea rentable.

Se espera en todo caso que el cambio se haga de un modo que resulte favorable para el productor y se demanda agilidad en la acción para disminuir la ansiedad que le genera la incertidumbre.

La incertidumbre que hay es la reforma que la OCM se va a realizar ahora. Se cree que la organización común del mercado debe de tener en cuenta que somos los mayores productores de esta materia grasa en todo el mundo y que las condiciones las debemos de poner nosotros

Los que de alguna manera parecen admitir un cambio demandan que se mantenga parte de la ayuda a la producción.

Siempre tiene que haber una parte de ayuda a la producción porque, si todo fuese como se ha hablado de ayuda al árbol se especulara bastante.

Los productores y los empresarios creen que el peligro que se originará a las ayudas a la producción, es que se intensifique más la producción de aceite en Andalucía y que existan excedentes. Los empresarios sin embargo manifiestan que el mercado no puede consumir y absorber toda esa producción.

Se demanda más apoyo estatal, para realizar una acción de promoción.

Hace falta una mayor concienciación de la Admón. para que se materialice en un apoyo estatal para promocionar fuera el aceite, es imprescindible realizar verdaderas campañas de publicidad y promoción.

Para poder mejorar la situación se demanda una acción de promoción proveniente de las autoridades que pueden, según creen los empresarios promocionar el producto en el extranjero. Hacer campañas, conseguir denominaciones de origen de los aceites, en definitiva facilitar la penetración del producto a nuevos mercados.

Se demandan más garantías para el productor. El sector estaría en este momento pidiendo mayor estabilidad y que los cambios sean a más largo plazo. Esto les daría mayor estabilidad y favorecería la inversión y el cambio.

Si supieran los interesados a que ritmo van a suceder todos los cambios, si supieran como se van a hacer, pero si no saben, si mañana van a cambiar y anular el sistema de subvenciones, no pueden invertir en promocionar el aceite ya que eso implica una amplia mecánica de inversiones.

Sin estabilidad no se puede hacer nada. Llama la atención en este discurso el aparente desconocimiento de lo que según manifestaron los representantes de las

administraciones sería el ritmo de aplicación del cambio descrito por ellos como lento y gradual.

Hay acuerdos a todos los niveles en el sector oleícola de que falta mejorar la fase de comercialización e innovar en tecnologías en especial en los aspectos del marketing empresarial.

La comercialización es vital en este sector, sí el incremento de las producciones no va acompañado con un mayor consumo entonces se produce un desfase.

La Administración plantea la necesidad percibida por ellos para consolidar las mejoras tecnológicas en las fases de la producción pero estas mejoras tendrán que ir necesariamente acompañadas con avances en las técnicas de ventas para que no se produzca el desfase antes mencionado.

Se dice que el sector cooperativo ha de dar un salto importante en este aspecto no solamente en la fase de fabricación del aceite sino que tendrá que buscar fórmulas empresariales que les permitan ir aumentando su presencia en la distribución final al consumidor.

Pretendemos que el sector cooperativo en el futuro tenga por fin una cuota representativa importante en los lineales donde está el valor de la cadena.

Se verifica la necesidad de que el sector se modernice con proyectos empresariales conjuntos de la Administración y las cooperativas de producción. Las cooperativas son la base de la producción de aceite y deberán modernizarse y dimensionar sus empresas y sus proyectos empresariales a través de operaciones tales como:

- ◆ Concentración de la oferta
- ◆ Marcas comunes
- ◆ Denominación de origen

- ◆ Sinergia con otros sectores productivos
- ◆ Promoción del producto
- ◆ Venta al extranjero

La falta de promoción es evidente y es una necesidad en la que coinciden todos los implicados también los propios productores por lo cual se esperan ayudas.

Creen que la promoción de los aceites en los mercados exteriores, intentar abrir mercados, una vez abiertos el productor se beneficia porque el producto vale más y así tendrá más salida el aceite y si se vende antes, antes verán los ingresos los agricultores.

El sector productor de la cooperativa no está integrado en el exterior. Aunque hay muchos industriales que llevan tiempo envasando y tienen una cuota de mercado interno no han conseguido salir al mercado exterior.

Se demanda ayuda y se necesita efectivamente para poder promocionar el aceite de oliva español y la necesidad de promocionarlo resulta perentoria puesto que los canales de distribución son de difícil acceso para el productor.

Hace falta una mayor profesionalización.

Un cambio de mentalidad es necesario para compatibilizar motivaciones afectivas con rentabilidad económica.

El agricultor es una persona muy tradicional y poco comerciante si fuera comerciante ya habría vendido sus tierras.

Se requiere un cambio de mentalidad que se traduzca en un discurso emprendedor. Paso de una mentalidad de subsidio a una de comerciante emprendedor. El productor deja en manos de los otros y no buscan nuevos medios de mejorar su situación. Esta estructura actualmente resulta obsoleta tiene que profesionalizarse.

Tienen que hacerse estructuras capaces de negociar directamente con monstruos de la distribución esto que ahora mismo no tiene sentido ya que es una cultura familiar y muy tradicional. Y resulta imposible tratar de conseguir un precio justo ante las grandes distribuidoras del mercado, con ellos no se negocia se aceptan directamente sus ofertas, ya que son ellos los que fijan el precio de compra del aceite al agricultor.

Esta situación ha de modificarse en la medida que las necesidades obliguen al productor a arriesgar.

Según las administraciones los productores son inmovilistas porque están cómodos en esta situación. Los empresarios más industriales tienen igual percepción sobre los productores cooperativistas que la Administración.

En la medida en que se sienta incómodo pasará de esta situación, ahora tiene inercia para el cambio, pero cuando le apriete el mercado y la rentabilidad baje tal vez sea tarde.

El sector ha de estructurarse y generar recursos que puedan soslayar los efectos de la dispersión del sector y sus características de heterogeneidad. La distribución geográfica es muy dispersa y habrá que buscar fórmulas para que en el futuro no se pierda la producción de aceite.

Se teme, por parte de las Administraciones que si no se atiende esta necesidad el aceite se concentrará en explotaciones muy grandes, con riego, muy tecnificadas y el olivar tradicional de zona de montaña perderá competitividad.

Como no hagan algo, la producción de aceite se concentrará en explotaciones muy grandes, muy tecnificadas y el olivar tradicional que ha sustentado la vida económica de Andalucía irá desapareciendo poco a poco.

El sector cooperativo necesita avanzar en la consecución de aceite de calidad de características más centradas, más estándares. Debe reestructurarse para promocionar de forma conjunta y mantener una imagen de calidad de salud y de protección medioambiental. Se requiere aumentar los controles para que la producción se acerque a las necesidades reales.

Se necesita formación para los trabajadores del sector. Más cursos de formación lo cual constituye un problema puesto que el personal no es un personal fijo.

Los cursos de formación a los trabajadores, cada vez tienen que trabajar con más seguridad y más garantías el operario por comodidad no presta atención a esto pero es fundamental su preparación para que mejore el sector.

Falta una formación que atravesase a todo el sector, que le haga consciente que manipular ciertos productos requiere pertrecharse de complementos obligatorios por otra parte como pueden ser mascarillas o guantes, los cuales se estarían imponiendo de forma coercitiva.

No por una concienciación a través de la formación sino por miedo a las sanciones y multas que penan estas prácticas. No hay formación suficiente ni hay suficiente motivación para recibirla.

Se requiere una formación adecuada para cumplir con las normativas pero los jornaleros y la mano de obra actual no tienen ni la estabilidad laboral ni la formación previa necesaria para poder adquirirla.

Todas estas necesidades son más difícilmente abordables en tanto la edad del sector es muy alta. Los productores manifiestan al respecto la necesidad de un cambio generacional, lo mismo que la Administración. Ambos reconocen que existe una población envejecida de olivereros.

En unos años si no hay renovación generacional para mantener un sector habrá que cambiar la mentalidad, muchas de las cosas que pasan no tienen que ver con las ayudas, es la curva de la población la que cambia.

La Administración adjudica la falta de mentalidad innovadora al envejecimiento poblacional del sector, muchas de las carencias, necesidades que existen creen que se debe a la vez a las demandas tan conservadoras que aparecen.

Los productores que perciben este envejecimiento y que detectan también la necesidad de que mejore ven en el cambio generacional un efecto del aumento de rentabilidad del campo. En cambio la Administración lo ve como una causa.

7. EL EMPLEO EN EL SECTOR OLEÍCOLA ANDALUZ

7.1. Antecedentes

El olivar es un elemento configurador de Andalucía. La continua expansión histórica de este sistema agrícola ha marcado el paisaje, la economía y la cultura de numerosas comarcas de la Comunidad andaluza. La extensión territorial de los olivares y su carácter de monocultivo en muchas zonas han condicionado y condicionan el modo de vida de una parte importante de la población andaluza.

Este elevado número de olivicultores y la referida demanda de mano de obra durante la recolección han conformado al olivar como sistema generador de empleo. De echo el olivar ha fijado población en el territorio durante siglos al representar un cultivo perennne con elevadas necesidades de mano de obra. El proceso histórico de expansión del olivar se explica por la continua y progresiva demanda de aceite de oliva, su limitada aunque comparativamente óptima productividad en los secanos mediterráneos y la presencia de una abundante población en las áreas rurales donde era posible su cultivo. Por ello, el olivar ha constituido durante siglos el sistema productor de aceite (casi la única grasa vegetal consumida) en el mundo mediterráneo.

Hacia la mitad del siglo XX se inició una profunda crisis en el sector oleícola español. En las décadas de los cincuenta y sesenta se produjeron cambios demográficos desencadenados por la creciente liberación e industrialización de la economía española. Los movimientos migratorios hacia las zonas industriales en crecimiento redujeron de una manera importante la población en el medio rural. Esta transformación demográfica estuvo acompañada de cambios profundos en los hábitos alimentarios, en particular se produjo una demanda creciente de proteínas animales y de aceites vegetales. La carne de pollo se convirtió en la principal fuente de proteínas para la creciente población urbana. Esta demanda fue atendida por la expansión de la avicultura intensiva que se sustentaba en el

uso de piensos en cuya composición la harina de soja fue la principal fuente proteica.

El aceite de soja, que puede considerarse un subproducto de la industria de piensos, representó inicialmente el principal aceite vegetal que compitió con el aceite de oliva para abastecer la creciente demanda de grasas vegetales que el olivar no era capaz de atender.

Posteriormente, el aceite de girasol, cultivo que desde mediados de los sesenta ha ocupado un lugar permanente en las alternativas de los secanos españoles y andaluces, se convirtió en el principal aceite vegetal alternativo al aceite de oliva. Esta competencia de otros aceites vegetales de menor precio, la continua reducción de la mano de obra en el ámbito rural, el aumento de los costes de cultivo, en particular de la recolección, la edad, la baja productividad y la marginalidad de buena parte del olivar enmarcaron la profunda crisis del sector oleícola percibida ya en la segunda mitad de los sesenta y profundizada en las décadas de los setenta y primera mitad de los ochenta. Esta crisis se saldó con una notable reducción de la superficie olivarera española, que pasó de 2.360.000 hectáreas en 1964 a 2.087.000 hectáreas en 1988.

La respuesta del sector y de las administraciones públicas a esta crisis se concretó en el Plan de Reestructuración y Reconversión Productiva del Olivar que abarcó el periodo 1972-1986. Se trataba, por un lado, de buscar alternativas al olivar marginal en pendiente mediante su adehesamiento. De otra, se pretendía aumentar la productividad y disminuir los costes. Para ello, se diseñó un nuevo olivar de más densidad de plantación (más de 200 árboles/ha) que el tradicional, con árboles de un solo pie más adaptados a la recolección mecánica que los tradicionales de 2-4 pies, con variedades productivas, de elevado rendimiento graso y precoz entrada en producción. El plan de reestructuración también incorporó el riego, normalmente deficitario, como instrumento para aumentar la productividad. El alcance de estas medidas se evaluó al final del periodo, estimándose en 65.000 hectáreas la superficie objeto de actuación mediante

plantaciones intensivas o puestas en riego. Concretamente hasta mayo de 1979, como consecuencia de este plan, la superficie de plantaciones intensivas se elevó a 30.486 hectáreas y las puestas en riego a 21.995 hectáreas.

La reseñada crisis del olivar puso en evidencia una debilidad esencial del sistema tradicional. Cuando el aceite de oliva representaba la fuente casi exclusiva de grasas vegetales, el olivar era fundamentalmente un sistema extensivo de los secanos mediterráneos.

La excelente adaptación del olivo al clima de esta zona, de la que es oriundo, permitía una productividad mayor que otros sistemas alternativos en el contexto de una sociedad fundamentalmente agraria. Históricamente la sustitución del bosque mediterráneo por el olivar permitió asentar población en el ámbito rural. Como la demanda de aceite de oliva aumentaba con el crecimiento demográfico, la alternativa para dar respuesta a esta necesidad se basaba en la roturación de suelos forestales y su sustitución por olivar. De este modo, desde finales del siglo XVIII hasta mediados del siglo XX se asistió a una expansión continua de la superficie olivarera que ocupó progresivamente suelos con cada vez mayor pendiente y, por consiguiente, más frágiles. Durante mucho tiempo este olivar fue cultivado con tracción animal que, al desplazarse según curvas de nivel, limitaba la pérdida de suelo. La progresiva incorporación de maquinaria y el empleo generalizado del laboreo evidenció la intensidad y amplitud de la erosión en estos olivares.

Sin embargo, una vez establecido un olivar, la adaptación de esta planta al clima mediterráneo y su perennidad la convierten en el sustrato arboreo de un sistema agrícola cuya pervivencia es la mejor alternativa agroambiental siempre que se controle la erosión. La reforestación espontánea por el abandono de los olivares es un proceso de muy larga duración en el que diferentes matorrales parecen configurarse como la cubierta vegetal dominante que comparte el espacio con el olivo.

El lugar permanente en las alternativas de los secanos españoles y andaluces, se convirtió en el principal aceite vegetal alternativo al aceite de oliva.

7.2. El empleo ligado al olivar

En la actual situación se destacan dos aspectos que están influyendo con un peso específico sobre la actividad del sector: el tema del empleo ligado al olivar y el de la comercialización

Desde las Administraciones se valora que el tema del empleo está actualmente modificándose en el sector. Existe un doble camino: se está perdiendo un tipo de empleo marginal que existía antes en los pueblos para la poda, la recolección manual, debido a la mecanización que ha introducido en una parte del olivar moderno.

En los olivares de baja producción se está destruyendo el empleo debido a que en la recolección del olivar se está mecanizando cada vez más pequeñas fincas para que sea algo rentable.

En este tipo de explotación, especialmente en la montaña, se está convirtiendo en un empleo a tiempo parcial.

Se está convirtiendo en empleo de fines de semana para personas que no se dedican exclusivamente a ello, porque no da suficiente rentabilidad este sistema de ayudas prima en las explotaciones muy productivas.

En los olivares de baja producción, generalmente en la montaña, aquellos que no se están beneficiando de las ayudas, se está produciendo una destrucción de empleo de trabajo en el olivar a tiempo total.

Por otra parte se está creando un empleo muy profesionalizado en otros ámbitos de la producción sobre todo en el sector almazarero en las plantaciones más modernas del olivar.

En la industria almazarera se está consolidando un empleo de más calidad, menos personal, es decir menos manos de obra pero más profesionalizada.

Los productores de las zonas favorecidas, muchas veces ajenos a la situación global del sector, se preocupan por la falta de mano de obra que pueda ocupar los huecos debidos al paso de la explotación familiar a la explotación secundarizada.

El personal de algunos pueblos grandes como por ejemplo en Antequera viene de otros pueblos porque es difícil encontrar mano de obra para el olivar, en los pueblos o municipios grandes ya que prefieren trabajar en otros sectores que obtiene mayores rendimientos económicos.

La mejora y el desarrollo que sobrevino en toda la región, ha tenido según los productores repercusiones negativas en la mano de obra.

Otras áreas profesionales se habrían convertido en focos de atracción de mano de obra no cualificada, tradicionalmente ligada a la cosecha del olivar, con lo cual se estaría atravesando por una situación de escasez que se suple con mano de obra extranjera, irregular, mayormente ilegales que vienen buscando trabajo.

Toda la zona pegada a la costa sufre más porque la mano de obra se va al turismo es más difícil encontrar a alguien para hacer la recolección del campo da igual el cultivo pero el del olivo lo tiene aun más complicado ya que es más áspero que otras recolecciones, es en invierno.

Algunos productores reconocen sin embargo que esta falta de personal se debe también a los bajos salarios, al bajo precio del jornal con el cual se puede mantener la rentabilidad y la competitividad del campo.

La mano de obra de los extranjeros resulta en estas circunstancias la más idónea puesto que están dispuestos a un trabajo sin límites de tiempo y con salarios mínimos.

Es una consecuencia porque no es lo mismo pagar un jornal a 40 euros que pagarlo a 70 euros es una barbaridad que la rentabilidad del campo sufre y repercute mucho en el sector.

Para evitar esta situación los empresarios piden que se subsidie la mano de obra y la generación de empleo.

Otros, en otras condiciones, han intentado mecanizar todo lo posible el trabajo en el campo. Esto es factible sólo en fincas que superen las cinco hectáreas, donde los productores recurren a la compra de su propia maquinaria o encargan la labor a empresas de servicio que hacen la recolección.

8. LA POLÍTICA AGRARIA COMÚN:EVOLUCIÓN, REFORMAS ANTERIORES Y LA ACTUAL PROPOSICIÓN.

8.1. Introducción

El régimen por el que se rige actualmente el aceite de oliva se introdujo en una época en la que la comunidad sólo contaba con un gran productor y en la que aún no existía la política regional. En realidad, este régimen ha cumplido sobradamente su propósito original: fiel a los objetivos del artículo 39 del Tratado de Roma, ha servido para fomentar la producción comunitaria, sostener el nivel de renta de los agricultores, mantener el suministro a los consumidores y garantizar cierto grado de competitividad frente a los aceites rivales de semillas oleaginosas, inyectando fondos muy necesitados en determinadas zonas de los Estados miembros productores originales, Francia e Italia.

No obstante, como en otros sectores de la política agrícola común anterior al 1992, el sistema era bastante generoso y los recursos dedicados al sector se hallaban mal canalizados.

En realidad, el régimen convenía a los países antes mencionados (Francia e Italia), debido al papel secundario de la Comunidad en la producción mundial de aceite de oliva, pero se adaptó mal a la Comunidad ampliada, que pasó a incluir tres Estados miembros productores de aceite de oliva: Grecia, España y Portugal.

La adhesión de estos países, de los que se importaba en calidad de terceros países antes de la ampliación, aumentó la parte de la producción mundial correspondiente a la Comunidad hasta en un 80%.La adhesión de Grecia, pero sobre todo, la de España y Portugal, transformó el grado de autoabastecimiento de la Comunidad, que pasó de ser importadora neta a exportadora neta.

Cuando España solicitó la adhesión a la Comunidad se plantearon ciertas dudas acerca de la validez del régimen del aceite de oliva vigente.

La solución hallada en las negociaciones previas a la adhesión fue la aplicación de un periodo transitorio excepcionalmente largo, con la esperanza de que, al aplicarse en España el resto de la PAC antes que el régimen del aceite de oliva, pudiera evitarse una excesiva reconversión de tierras dedicadas a otros cultivos.

El periodo de transición sirvió para amortiguar el choque que produjo la duplicación de la producción comunitaria. No obstante, al aumentar, con arreglo al régimen comunitario, las ayudas a la producción en los nuevos Estados miembros desde el nivel prácticamente insignificante de las ayudas nacionales hasta un nivel considerado adecuado para los países productores originales, los incentivos de expansión y explotación del sistema resultaron enormes.

Conviene recordar que la política de fomento de la producción en el sector del aceite de oliva surte efecto al cabo de un periodo mas largo que, por ejemplo, en el de cultivos herbáceos, debido a los tres o cuatro años necesarios para que los árboles jóvenes alcancen una fase productiva.

La década de plantación en España ha empezado hace un par de años a dar sus frutos en términos de producción real, pues, según fuentes profesionales, el potencial español de producción a largo plazo ha aumentado hasta más de un millón de toneladas métricas en un buen año. La cantidad máxima garantizada para el conjunto de la UE es sólo de 135 millones de toneladas cifra que se ajusta bien a la demanda interna y a las exportaciones, teniendo en cuenta nuestras obligaciones de importación, especialmente las casi 40.000 toneladas anuales de Túnez.

Según han explicado en diversas ocasiones las autoridades portuguesas, Portugal ha sido bastante más lento que España a la hora de replantar sus añosos olivares. No obstante, también existen en este país posibilidades y voluntad de regresar a los niveles de producción de la postguerra inmediata. El hecho de que Portugal no haya procedido a la aplicación de programas de replantación con tanta rapidez se debe probablemente a la situación económica general posterior a la revolución

y a la circunstancia de que el periodo transitorio ha retrasado la fase en que las ayudas han empezado a ser verdaderamente interesantes.

Durante el periodo transitorio de España y de Portugal se introdujeron algunos cambios en el régimen del aceite de oliva.

Uno de ellos fue un mecanismo estabilizador análogo al implantado en el sector de los cereales un par de años antes. Con arreglo a este mecanismo, se efectúan reducciones acumulativas del precio de intervención cada vez que se rebasa la cantidad máxima garantizada.

Este mecanismo funciona en combinación con un sistema más antiguo de cantidad máxima garantizada que reduce la ayuda por producción en caso de rebasamiento. Estos estabilizadores presupuestarios han contenido hasta cierto punto el incremento del gasto pero aún persiste cierto riesgo de regresar a épocas de excedentes.

Al comenzar ya a ser productivas las nuevas plantaciones, el estabilizador de la ayuda a la producción protegerá al presupuesto en lo que respecta a tales ayudas, pero no podrá resolver el problema de la acumulación de excedentes. El consumo interior ha disminuido en los últimos años, y por muy interesantes que parezcan nuestros mercados de exportación, las posibilidades de que los Estados Unidos y Japón absorban grandes cantidades de un producto para ellos caro y de lujo son limitadas, como lo son las posibilidades de la exportación con concesión de restituciones. El tope impuesto por la Ronda de Uruguay, que rondaba más de 140.500 toneladas, se reducirá a unas 115.000 toneladas a lo largo del primer lustro del nuevo Siglo XXI.

8.2. Aspectos Económicos

La producción de aceite de oliva debe hacer frente a una variada gama de retos tecnológicos, estructurales y sociales.

En la mayoría de los principales países productores, la mecanización del cultivo y la cosecha se encuentra aún en una fase incipiente. Se observa una gran dependencia de los trabajadores temporeros, lo que por otra parte, no carece de ventajas sociales en términos de empleo a tiempo parcial. En el momento de la cosecha se producen migraciones estacionales, y algunas regiones, sobre todo las de los países productores más industrializados, experimentan cierta carestía de mano de obra para la cosecha de la aceituna.

Las características botánicas del olivo desempeñan un papel fundamental en la economía del aceite de oliva. Se trata de un cultivo perenne y permanente, lo que significa que la inversión en olivos es una cuestión a largo plazo, a diferencia de las decisiones económicas a corto plazo que se adoptan en el caso de los cultivos anuales.

Es preciso tener en cuenta tanto los primeros años de improductividad del olivo como el carácter cíclico de su productividad en años posteriores.

A la ubicación geográfica de la producción de olivos, situada esencialmente alrededor de la cuenca del mediterráneo, también se debe una serie de características socioeconómicas específicas.

Los olivos constituyen un monocultivo en extensas regiones ecológicas y geográficamente frágiles. Esta fragilidad restringe el grado de intensificación que puede aplicarse en las montañas y laderas de estas zonas, en las que el olivo, además de ser una de las escasas alternativas agrarias existentes, representa una de las pocas posibilidades de conservación del medio ambiente.

La escasez de agua, rasgo típico de las regiones mediterráneas, es ahora y siempre ha sido un factor determinante a la hora de adoptar la decisión de cultivar olivos. Si bien es cierto que el olivo puede sobrevivir en condiciones climáticas semiáridas, la falta de agua tiene un efecto directo en los niveles de producción. La utilización de técnicas de regadío es uno de los elementos que más incrementan los costes de la producción de olivos.

Los problemas estructurales que aquejan al sector se deben al carácter fuertemente estacional del empleo, tanto en el campo como en las almazaras. La cosecha se lleva a cabo de forma intensiva, en un periodo muy breve y los productores suelen carecer de las instalaciones necesarias de recepción y almacenamiento de los productos.

También se hallan sometidos a bastante presión los medios de transporte de las aceitunas de los campos a las almazaras.

Las dificultades relacionadas con la incapacidad de las almazaras para triturar todas las aceitunas necesarias después de su llegada provocan problemas de calidad, ya que el aumento de la acidez del aceite de oliva elaborado con aceitunas almacenadas durante algún tiempo antes de su trituración o molturación exigen su refinamiento antes de poder destinarlo al consumo humano.

La centralización de las almazaras puede constituir un factor positivo en términos de racionalización económica, pero únicamente si se puede garantizar una trituración rápida de las aceitunas. De no ser así, las regiones que cuentan con numerosas almazaras de pequeño tamaño(como ocurre en Andalucía concretamente en la provincia de Málaga en la Comarca de la Axarquía), cercanas a los puntos de recolección de la cosecha de las aceitunas ofrecen un producto de calidad muy superior y garantizan ingresos más elevados tanto al productor como al dueño de la almazara, en el caso de no ser una cooperativa, ya que en este supuesto se benefician todos los cooperativistas.

La producción de aceite de oliva suele encontrarse bien integrada en la estructura económica de las regiones productoras. En general, tanto la producción de aceitunas como su molturación son actividades de carácter familiar que pueden convertirse en cooperativas o pequeñas empresas artesanales y reúnen todas las condiciones necesarias para impulsar la actividad económica en las zonas de la Comunidad clasificadas como menos favorecidas, por lo general menos industrializadas y con elevadas tasas de desempleo, como es el caso de la Comunidad andaluza.

En las regiones mediterráneas productoras de aceite de oliva de la UE, este sector representa un 27% del empleo directo o indirecto. Esta cifra media aumenta en las principales zonas productoras como la provincia de Jaén, en Andalucía, donde, a pesar del carácter temporal de las faenas agrícolas, deriva de él sus ingresos un sector de la población mucho más amplio.

A pesar de la apariencia homogénea del paisaje en las zonas de monocultivo del olivo, las fincas son por lo general muy pequeñas y se encuentran fragmentadas.

La Comunidad ha aprovechado la oportunidad brindada por la organización común del mercado del aceite de oliva para mejorar las condiciones económicas de algunas de las regiones menos favorecidas, otorgando su apoyo a un sector bien adaptado a las condiciones de las regiones de producción, que utiliza mucha mano de obra en las fases de cultivo y posteriores, hasta la fecha, no han presentado grandes desequilibrios.

8.3. Obligaciones derivadas del GATT

El régimen vigente se adaptó a las obligaciones derivadas del GATT mediante el Reglamento de 1994 por el que se modificaron todas las disposiciones básicas con arreglo a las conclusiones de la Ronda de Uruguay. Una de las principales consecuencias que supuso el Acuerdo de Marrakech para la gestión del sector fue

el establecimiento de un límite decreciente de los gastos y las cantidades totales de exportaciones con derecho a restituciones.

En la campaña de comercialización de 2000-2001, este límite se situaba cerca de las 120.000 toneladas, acercándose a la cifra definitiva de exportaciones de la misma campaña a 121.500 toneladas. Las cantidades que faltan para alcanzar el límite fijado pueden reportarse a la campaña siguiente. No obstante, de acuerdo con las obligaciones impuestas por el GATT, el tope fijado es objeto de una reducción progresiva hasta alcanzar 115.500 toneladas para la campaña 2003-2004.

En el paquete de precios que se estableció en el año 1995 hasta el 2004, se resolvieron algunos de los problemas pendientes, de escasa importancia, relacionados con las exacciones reguladoras por exportación.

Las cantidades destinadas a ayuda alimentaria y las exportadas con arreglo al régimen de perfeccionamiento activo no entran en el cálculo del límite impuesto por el GATT.

8.4. Consumo y consideraciones culturales

En virtud de las obligaciones que nos impone el artículo 39 del Tratado de Roma, la OCM (la Organización Común del Mercado del aceite de oliva) debe de garantizar que tanto los consumidores tradicionales como los nuevos y más prósperos compradores de aceite de oliva puedan disfrutar de un producto de precios razonables y de calidad irreprochables.

La imagen de salud asociada al aceite de oliva, y especialmente el interés mundial que se ha despertado por la dieta mediterránea, ha provocado un considerable aumento de la demanda de este producto fuera de la UE y en alguno de los Estados miembros no productores.

Al mismo tiempo y, a pesar de la disminución general del consumo registrada en los últimos años en algunos de los países productores, el aceite de oliva continúa siendo uno de los elementos principales de los hábitos culinarios cotidianos de éstos.

No nos encontramos ante la última moda dietética pasajera, sino ante un producto íntimamente vinculado al patrimonio cultural y culinario de las regiones mediterráneas.

La contribución a la reducción de los costes de producción de este elemento básico de la dieta habitual de millones de personas es comparable a la ayuda prestada a los demás grandes sectores agrarios como los cereales, las semillas oleaginosas y la carne de vacuno.

La orientación general de la OCM, cualquiera que sea el sistema de ayuda a los productores que se escoja, deberá seguir acompañada de una política específica de calidad y de medidas de promoción.

La imagen de calidad del aceite de oliva y su posición predominante en la cultura mediterránea son sin duda alguna los factores que le permiten competir con otros aceites a pesar de la diferencia de precios.

8.5. Factores medioambientales

La presencia de olivares en las regiones de producción y otros lugares puede constituir asimismo un importante factor medioambiental.

En líneas generales, existen tres grandes sistemas de producción de aceitunas:

- Los olivares tradicionales, habitualmente cultivados en terrazas y explotados de forma intensiva.

- Las plantaciones intermedias que se ajustan a patrones tradicionales pero son explotadas de forma semi-intensiva.
- Las plantaciones de olivos más pequeños, sumamente densas y explotadas de forma intensiva, a menudo con técnicas de regadío.

El régimen actual tiende a fomentar la tercera categoría, por lo general la menos satisfactoria desde el punto de vista del medio ambiente.

Tanto es así que en algunas zonas están arrancando los olivares tradicionales para sustituirlos por una producción más moderna y mecanizada con los consiguientes efectos nocivos para la flora local y pérdida de la diversidad de habitats para la fauna.

Cada vez es más frecuente la reconversión a la producción de aceitunas de terrenos poco aptos para este cultivo,(tal es el caso de los pueblos montañosos del interior de la provincia de Málaga) como las colinas de fuerte pendiente en las que la sucesión de cultivos provoca la erosión del suelo.

Tampoco hay que subestimar los efectos deletéreos de los plaguicidas, producto también de un sistema que potencia la existencia de altos niveles de producción, a mayor producción de aceitunas, mayores ayudas por producción(dentro de los límites del mecanismo estabilizador).

Es posible que la comparación de la utilización de plaguicidas en la producción de aceitunas con la utilización de estos productos en otros cultivos arroje un resultado favorable para las primeras, pero hay que tener presente que las zonas típicas de cultivo de olivos suelen ser más frágiles desde el punto de vista medioambiental.

Mientras que el método intensivo de producción puede resultar perjudicial para el medio ambiente, la presencia de los olivares tradicionales puede ser beneficiosa al constituir un hábitat más natural para la flora y fauna.

En general cuanto menos intensivo es el cultivo de árboles, mejor situación se obtiene desde un punto de vista estrictamente medioambiental, aunque es evidente que esta afirmación es contraria a toda consideración de orden comercial.

También puede parecer contradictoria con la necesidad de luchar contra los incendios en las regiones mediterráneas y de atajar el avance de la desertificación, pero, de hecho los olivares pueden servir de eficaces cortafuegos y a menudo constituyen la última forma de vegetación en las zonas limítrofes con el paisaje semidesértico.

8.6. Promoción

Las campañas de promoción financiadas mediante deducciones de la ayuda al consumo se dirigen tanto al mercado comunitario como a los mercados de algunos terceros países.

La política de promoción, emprendida por la Comunidad en la década de los ochenta, contribuyó considerablemente a frenar y finalmente detener la reducción del consumo provocada en Italia, Grecia y España, los países de mayor tradición, por la competencia de otros aceites vegetales mucho más baratos.

Considerando el carácter muy fragmentado tanto de la producción como de la comercialización de aceite de oliva en aquel momento, la Comisión consideró necesario complementar las campañas de promoción y publicidad llevadas a cabo por empresas privadas con una serie de eficaces campañas comunitarias dirigidas a corregir el desequilibrio del mercado.

Las actividades de promoción comunitarias son neutras y genéricas, se basan exclusivamente en argumentos positivos y evitan todo tipo de publicidad comparativa. Además no hacen referencia alguna a marcas u orígenes del aceite de oliva.

La estrategia que ha seguido siempre ha sido, en primer lugar, el suministro de información científica sobre el aceite de oliva a los sectores médico y paramédico y, en segundo lugar, la ejecución de actividades de publicidad y relaciones públicas sobre las propiedades nutritivas y gastronómicas del aceite de oliva, junto con la difusión de información sobre los distintos tipos de aceite de oliva destinada a la población general.

A pesar que es difícil calibrar el impacto preciso de las campañas de promoción, los resultados globales han sido satisfactorios. Aunque el objetivo original era detener la caída del consumo de aceite de oliva ya que aumentaban notablemente las cuotas de consumo de otros aceites de semillas y conseguir una consolidación del consumo de aceite de oliva

Los Estados miembros no productores también han manifestado un creciente interés por este producto. La primera campaña que se realizó en Reino Unido e Irlanda trajo consigo un aumento del consumo cercano al 30%, aunque en términos absolutos, un importante incremento en los Estados miembros no productores no sirve para compensar siquiera una ligera reducción del consumo en los estados miembros productores cuyas cifras de consumo son una magnitud completamente distinta.

Las medidas de promoción destinadas a terceros países son ejecutadas por el COI, aunque los fondos utilizados para estas actividades proceden casi en su totalidad de la Comunidad.

Los principales mercados de objetivo son los EE.UU, Canadá, Australia, Japón y Argentina, en 1997 se iniciaron actividades en Brasil y el sudeste asiático con unos resultados positivos.

Los resultados obtenidos han sido sumamente satisfactorios, por ejemplo las exportaciones a los EE.UU, aumentaron de unas 40.000 toneladas en 1984-1985 a 175.000 toneladas en el 2000-2001, y las destinadas a Japón pasaron de unas

4.000 toneladas en el año 1991-1992 a cerca de 30.000 toneladas en el año 2001-2002.

8.7. Controles y fraudes

Existen ciertas deficiencias inherentes a la OCM que han ido revelándose al paso del tiempo y que impiden la realización sistemática de controles eficaces.

Tanto la Comisión de Control Presupuestario del Parlamento como el Tribunal de Cuentas han criticado este régimen, solicitando su modificación.

Resulta sumamente tentador para los pequeños productores bien solicitar la ayuda a tanto alzado y vender sus aceitunas a productores más importantes quienes a su vez, vuelven a solicitar la ayuda por la producción de las mismas aceitunas, o bien venderlas como aceitunas de mesa.

Además, ha resultado imposible controlar la multitud de almazaras existentes, algunas de las cuales a menudo no funcionan más que unas cuantas semanas al año, durante el periodo comprendido entre noviembre y junio.

Tanto los productores como los dueños de las almazaras tienen interés común en declarar elevadas cifras de producción. Las declaraciones de producción de aceite pueden exagerarse y justificarse, por ejemplo, mediante la puesta en funcionamiento de las máquinas vacías para simular una actividad que aparece reflejada en las facturas de la electricidad y el agua.

Las dificultades inherentes al control de las ayudas por producción dio lugar a una serie de Decisiones del Consejo en virtud de las cuales la cantidad necesaria de aceite producido para recibir la calificación de pequeño productor fue aumentada de 100 a 500 Kg, lo que redujo el número de productores sometidos a controles. A pesar de todo, se ha mantenido la deficiencia inherente al sistema, es

decir, el interés común del productor y del dueño de la almazara en declarar cifras elevadas.

También se han detectado fraudes en relación con el funcionamiento de la ayuda al consumo, así como problemas en cuanto a la calidad de los aceites entregados a los organismos de intervención.

Lamentablemente, sobre todo en los años en que los precios de las aceitunas son elevados, existe una gran tentación de mezclar aceite de oliva con aceite de semillas oleaginosas y extraer beneficios a expensas de los consumidores.

Esta práctica resulta especialmente fácil en el caso de las ventas directas ambulantes de aceite en grandes latas, salida tradicional en Grecia y las zonas productoras de Italia, aunque raros son los casos que se han producido en la península Ibérica.

En España en los años ochenta se produjo un gran fraude de enormes proporciones con aceite de colza desnaturalizado vendido como aceite de oliva refinado.

Tanto en España como en los demás Estados miembros, se han detectado en los últimos meses algunos casos de mezclas de aceites de semillas y aceite de oliva, a pesar de la intensa actividad de control de las mezclas ilegales por parte de las autoridades españolas, que están realizando una gran labor.

Otro problema lo constituyen las cifras que presentan los Estados miembros en relación con el pago de la ayuda.

La tentativa de la Comisión de corregir algunas de estas cifras hace unos años dio lugar a un proceso aun pendiente.

No obstante, siguen presentándose cifras de producción que parece no guardar relación con la realidad del mercado. (sirva de ejemplo de la picaresca Italiana, a pesar de la cosecha récord obtenida en Italia en la campaña de comercialización de 1995-1996, los precios permanecieron muy elevados durante todo el año en Italia y los agentes económicos se quejaron de la escasez de la materia prima...).

Las inspecciones llevadas a cabo en los Estados miembros también han suscitado ciertas dudas de rendimientos y número de olivos que se comunicaron para el pago de la ayuda a tanto alzado.

Los árboles son más fáciles de controlar que las cifras de producción de aceite de oliva, por lo que en toda la UE se ha puesto en marcha un registro oleícola. El plan de identificación de las parcelas se estableció mediante fotointerpretación de fotografías aéreas y posibles inspecciones sobre el terreno en caso de desacuerdos.

La existencia de técnicas, nuevas, principalmente el avance de la ortofotografía digital y de los sistemas de información geográfica(SIG), permiten actualmente el empleo de técnicas digitales para la confección de mapas a precios asequibles.

Gracias a estas técnicas se ha podido hacer el registro oleícola, ya que facilitan la transferencia eficaz de información gráfica a las administraciones regionales y a las asociaciones de productores.

Dicho registro esta ya terminado en nuestro país, está informatizado, incluye información de todas las explotaciones oleícolas y se han ido actualizando y validando los datos correspondientes a los cambios que se hayan producido en las declaraciones de cultivo.

El Ministerio de Agricultura solicito a final de año pasado, en Diciembre del 2002, a la UE la homologación del Sistema de Información Geográfica (SIG)

Oleícola para las comunidades autónomas de Andalucía, Baleares; Valencia; Madrid; Navarra.

El MAPA recordó la reglamentación comunitaria que obliga a los países de la UE, a disponer de una base gráfica homologada donde figure la situación y el número de olivos de las explotaciones olivareras de la UE para percibir ayudas a la producción.

Con la ayuda del SIG, se garantizan el pago de las ayudas que en España se sitúan alrededor de 1.000 millones de euros, y evita las correcciones financieras que paga el Estado español.

Una vez terminado el proceso de comprobación de datos, en Andalucía se han verificado 275.116 declaraciones de cultivo.

Desde el año 1998, el MAPA ha realizado un vuelo fotogramétrico de 38.5 millones de hectáreas de las 34 provincias olivareras existentes en España, lo que ha permitido contar individualmente los olivos de cada parcela.

También ha realizado un parcelario catastral sobre la base de la información del catastro de rústica y el resultado final es una imagen gráfica de cada una de las 2.500.000 parcelas donde se han declarado olivos y el número exacto de ellos.

Se puede consultar todo el registro oleícola español por Internet, tan solo hay que conocer el número registral del catastro de la parcela en cuestión que se quiera ver, para entrar en la página web haya que saber también el número correspondiente a cada provincia ese coincide con el número del código postal de las provincias pero no con el de los municipios ya que cada pueblo tiene el suyo propio y con la nota registral pueden entrar en la dirección de la Web que es [WWW. Mapya.es/dinatierra_v3](http://WWW.Mapya.es/dinatierra_v3).

Sin embargo los italianos tan acostumbrados a realizar todo tipo de fraudes han colocado en parcelas olivos artificiales, de plástico o similares para que los cuantifiquen como un árbol más para optar a mayor subvenciones.....puesto que una vez concluido el registro oleícola de los cinco Estados miembros productores, se otorgaran las subvenciones, (en el caso de que se decidan en la reforma por la opción de ayudar por pie de árbol), según la información contenida en los registros, ya que se decidió que la producción de los olivares plantados después del 1 de mayo de 1998 no podrán acogerse a la ayuda.

La elaboración y actualización del registro oleícola se cofinanció al 100%(Reglamento nº 2159/92) mediante la retención del 2.4 de la ayuda a la producción de aceite de oliva hasta la campaña de comercialización del 1997-1998.

8.8. Situación anterior a la reforma de 1998

La política comunitaria del aceite de oliva tiene su origen en un Reglamento de 1966(Reglamento nº 136/66/CEE) relativo a las materias grasas. La comunidad Europea, integrada entonces por seis países, de los cuales solo uno -Italia- era un productor importante de aceite de oliva, era en aquella época importadora neta de dicho producto(a países como España, Grecia o Túnez).

Posteriormente, la adhesión de Grecia en 1981 y más tarde la de España y Portugal en 1986 modificaron radicalmente la situación interna de la Comunidad, relativo al aceite de oliva.

Hoy en día, la Unión Europea ocupa una posición ampliamente dominante en el mercado mundial del aceite de oliva.

La Unión suministra las tres cuartas partes de la producción mundial de este producto, representa una proporción equivalente del consumo mundial, constituye la principal salida de las exportaciones de los demás países

productores de la cuenca mediterránea y es ella misma un importante exportador con destino a países como los EEUU, Brasil, Australia o Japón, que se abren al consumo del aceite de oliva.

Siendo España, concretamente la región de Andalucía la que produce la mayoría de la producción comunitaria, una media anual de 1.001.375 toneladas de aceite de oliva.

Sin embargo, a pesar del cambio radical de la posición de la UE en el mercado oleícola mundial, los mecanismos de base creados con el Reglamento de 1966, aunque han sufrido cambios y múltiples ajustes en sus modalidades, solo han sido profundamente modificados con la reforma de 1998

8.9. Resumen de la evaluación de los impactos de las principales medidas de la OCM en el sector del aceite de oliva tras la reforma de 1998

El presente apartado es una evaluación de la OCM (organización común de mercado del aceite de oliva) en el periodo de 1997 al 2002 . La evaluación relativa a los impactos de la OCM en la oferta de aceite de oliva en la UE, y concretamente en España, sobre la demanda interior y exterior de dicho producto, sobre el equilibrio del mercado, sobre los ingresos de los productores y sobre aspectos de carácter transversal tales como la organización del sector, en medio ambiente o el desarrollo de las zonas oleícolas.

La primera gran reforma desde 1966, fue la del 1998, los mecanismos se basaban en:

1. La fijación de un conjunto de precios de referencia (precio indicativo de mercado, precio de intervención, precio de umbral) que enmarcaban las intervenciones comunitarias en el mercado.
2. Una ayuda a la producción en forma de una subvención por tonelada de aceite producido

3. Una ayuda al consumo consistente en una subvención pagada a las empresas envasadoras
4. Un dispositivo de almacenamiento de intervención que funcionaba como una garantía de precio mínimo dado a los productores.
5. Una protección del mercado interior mediante una exacción reguladora en las importaciones, posteriormente mediante un derecho de aduana.
6. La posibilidad de que los exportadores percibieran restituciones o subvenciones por exportación.

En 1986, este dispositivo se había ido completando con una cantidad máxima garantizada(CMG). Si la producción comunitaria se reducía proporcionalmente para todos los Estados miembros productores.

Con la reforma de 1998 se modificaron varios aspectos:

1. Suprimió los precios de referencia
2. Suprimió el almacenamiento de intervención, pero mantuvo la posibilidad en determinadas condiciones de una ayuda comunitaria al almacenamiento privado.
3. Eliminó las ayudas al consumo, cuyo índice ya se había ido bajando paulatinamente en el transcurso de los años anteriores.
4. Conservó en su principio las restituciones por exportación, pero a un índice que desde entonces se ha mantenido a cero
5. Aplicó a todos los productores oleícolas una ayuda determinada sobre la base de su producción efectiva, mientras que la ayuda a los pequeños productores hasta aquel momento se calculaba por referencia a una producción estimada de forma convencional
6. Sustituyó la CMG por cantidades nacionales garantizadas correspondientes a cada país productor
7. Decidió que la producción de los olivares plantados después del 1 de mayo de 1998 no podría acogerse a la ayuda(ya había existido una disposición

análoga, que se suprimió tras la entrada en la Comunidad de España y Portugal).

8.9.1. Aumento en la producción y en la demanda

La producción de aceite de oliva en los cinco países productores de la Unión Europea, que evolucionaba en el transcurso de los años 80 con una tendencia de crecimiento muy débil, del orden del 0.6% anual, se ha incrementó bruscamente en el transcurso de los años 90, en los que progresó a un ritmo cercano al 6% anual.

La extensión de las superficies de cultivo de olivos y la densificación de los olivares, así como la intensificación del cultivo mediante el regadío, la fertilización química, los tratamientos fitosanitarios, los cuidados más atentos aplicados a los árboles, y la mejora del rendimiento en aceite de las operaciones realizadas en las almazaras contribuyeron a este resultado.

La ayuda a la producción, cuyo beneficio se amplió gradualmente a los oleicultores españoles y portugueses, y respecto de la cual el porcentaje recibido por los oleicultores italianos y griegos se aumentó de 85.67 euros por 100kg en 1987/1988 a 142.20 euros por 100kg en 1994/1995 antes de reducirse ligeramente a 132.25 euros por 100kg en 1998/1999, ha sido uno de los factores que han estimulado este crecimiento de la producción.

Pero el dinamismo de la producción se debe también al mantenimiento de la demanda tanto interior como exterior. En efecto, cabía temer que el aumento de la oferta se topara con los límites del mercado y provocase un fuerte descenso de los precios. Pero no fue el caso. Por el contrario, debido a las graves sequías que mermaron la producción española en 1995 y 1996, los precios al por mayor del aceite de oliva se dispararon en la mitad de los años 90 antes de volver al final del periodo a los niveles en que se hallaban al principio de la década.

Los análisis realizados sobre el movimiento de las cantidades y de los precios muestran que el consumo de aceite de oliva es poco dinámico y poco sensible a las variaciones de precio en los grandes países consumidores como son Italia y Grecia, pero que por el contrario es sensible al movimiento de los precios y muy rápidamente creciente, a partir de un nivel que efectivamente es muy bajo, en los países europeos no productores.

España presenta el caso intermedio de un país gran consumidor, pero donde la elasticidad-precio de la demanda de aceite de oliva es relativamente elevada debido a la competencia de éste y los aceites de semillas, y donde se observa además un desplazamiento del consumo de aceite de oliva mezcla hacia el aceite de oliva virgen con aumento de la parte del mercado global de los aceites de oliva en relación con los demás aceites.

El régimen del tráfico de perfeccionamiento activo (ATP), que es potencialmente un instrumento de mejora de la competitividad de las exportaciones europeas de aceite de oliva hacia los terceros países, se utilizó fundamentalmente para mantener la parte de mercado de los exportadores europeos cuando la demanda interior comunitaria tendía a absorber la totalidad de la producción de aceite de oliva de la UE.

En resumidas cuentas, el crecimiento muy rápido de los pequeños mercados que constituyen los países europeos no productores y los terceros países importadores de aceite de oliva europeo unió sus efectos a un crecimiento mucho más moderado del consumo en los grandes países productores y consumidores, la expansión de la oferta se absorbió sin producir un desequilibrio manifiesto del mercado.

Este resultado es tanto más notable cuanto que los ajustes realizados en la OCM del aceite de oliva en la primera mitad de los años 90 y posteriormente en su reforma en 1998, reforzaron los mecanismos de ayuda a la oferta en detrimento

de los instrumentos de estímulo de la demanda, que eran, hay que reconocerlo, de una eficacia dudosa.

8.9.2. La ayuda a la producción desempeña un papel importante en la composición de los ingresos de las exportaciones agrícolas

Los análisis realizados en este estudio sobre los ingresos de las explotaciones oleícolas se basan en los resultados de la Red de Información Contable Agrícola (RICA), que es la única que ofrece las garantías de rigor y de comparabilidad que exige este tipo de trabajo.

En contrapartida, estos resultados sólo se refieren a las explotaciones profesionales, dejando aparte las explotaciones a tiempo parcial, muy numerosas en el sector oleícola y concretamente en la comunidad andaluza.

De estos análisis se desprende que la producción desempeña un papel importante en la constitución de los ingresos agrícolas.

Como promedio, entre los años 1995-2002 contribuyó a la formación del producto bruto por 100kg. de aceite en un 27% a un 33% según los países, mientras que el 70% al 67% de dicho producto procedía de la venta del aceite.

Sin embargo, la ayuda a la producción no es un instrumento demasiado eficaz en relación con el objetivo del nivel de vida equitativo de la población agrícola asignado a la política agrícola común.

Si se considera que los ingresos de los oleicultores pueden considerarse equitativos ya que son iguales o superiores a los de los activos familiares empleados en explotaciones que practican otro sistema de producción, el análisis permite concluir que este resultado se alcanza en España y Portugal, aunque a niveles de ingresos muy desiguales en estos dos países, siendo más perjudicada España. Por el contrario, en Italia y sobre todo en Grecia, los ingresos de la

media en el conjunto de las explotaciones de cualquier cultivo, son inferiores a lo que perciben las explotaciones oleícolas por ingresos de activo agrícola.

Pero además de estos resultados muy globales, cabe destacar que:

1. De un país a otro de la Unión Europea los ingresos por activo de los oleicultores registran diferencias muy superiores a las disparidades de nivel de vida entre estos mismos países.
2. Igualmente, de una región a otra dentro del mismo país, las disparidades de los ingresos de las explotaciones oleícolas pueden ser muy amplias.
3. La ayuda a la producción no tiene un efecto deliberado en las fluctuaciones de los ingresos de las explotaciones oleícolas.
4. Por último, mucho más que el nivel de la ayuda o incluso que el precio de venta del aceite, el elemento que ejerce la influencia más masiva sobre la renta agrícola es la productividad del trabajo, tal como puede deducirse a través de la relación entre la superficie cultivada de olivos y el número de activos, personal, empleado en la explotación, concretamente en la comunidad andaluza hay explotaciones oleícolas que sus dueños prefieren no recolectar ya que la mano de obra necesaria para tal fin les supone mayores gastos que los que pueden obtener.

Esta última observación marca los límites de la acción que la ayuda directa a la producción o las intervenciones de la OCM sobre el equilibrio del mercado pueden tener sobre la renta agrícola.

Tiene como consecuencia que, en este sector, al igual que en los demás sectores cubiertos por la PAC, una parte importante del presupuesto total de la ayuda va a un número limitado de grandes explotaciones.

8.9.3. Recomendaciones

En este apartado del estudio se realiza un análisis de las diferentes recomendaciones propuestas según las variadas opciones de las PAC.

Comentaremos detalladamente las recomendaciones que tendían a los diferentes criterios de actuación:

- **ayuda por hectárea:**

La principal recomendación formulada por la Comisión es la del paso de una ayuda por cantidad producida a una ayuda por hectárea.

Este sistema tendría como primer mérito dejar únicamente al precio del mercado, el trabajo de orientar las decisiones de producción de los olivareros, y se conformaría de esta forma al principio afirmado en la Agenda 2000 y recogido en la revisión intermedia de la política agrícola común (Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo-Revisión intermedia de la PAC, COM 2002), según la cual “las ayudas directas a la renta no deben orientar las decisiones de producción de los agricultores”.

Sin embargo esta opción potencia el abandono del cultivo y de las tierras, ya que dando o no cosecha los olivos, los agricultores tendrán ayudas económicas, por lo que provoca la dejadez y desgana de cultivar estimulando el abandono de las labores del cultivo.

- **en un porcentaje idéntico para todas las explotaciones en todas las regiones:**

Si consideramos que la ayuda directa tiene como primer objetivo aportar a los agricultores, con el ánimo de garantizarles unos ingresos equitativos, un

complemento de renta que se añade al que proporciona la venta de sus productos, sería lógico que la ayuda se pagara en el mismo porcentaje por hectárea a todos los oleicultores en todas las regiones comunitarias de tal forma que, en relación con los ingresos obtenidos en el mercado, el porcentaje de la ayuda fuera tanto más elevado cuanto las condiciones de producción fuesen más difíciles y los rendimientos más escasos.

- **sin modulación en función de la calidad**

Las diferentes categorías de aceite de oliva se venden a precios diferentes. Un número creciente de oleicultores se imponen limitaciones vinculadas a la producción del aceite comercializado bajo etiqueta de DOP o IGP, pero obtienen en contrapartida un precio de venta más elevado.

En otras palabras, los consumidores, o para hablar de forma más general, el mercado tiene preferencias y las expresa a través de una diferenciación de los precios de los aceites según criterios de calidad.

La Comunidad Europea no ve la necesidad de una intervención de la institución en estos mecanismos.

Por el contrario, es necesario que la institución comunitaria cree las condiciones para ofrecer una información precisa y fiable a los consumidores, o para hablar de forma más general, es decir que sea homogénea en todo su conjunto de la Unión, sobre la naturaleza del aceite que compran, y que les asegure que este producto ofrece todas las garantías deseables en materia de seguridad alimentaria.

Por otra parte, eso es lo que en la línea de las proposiciones de su Comunicación sobre la política de calidad comunitaria(Comisión de las Comunidades

Europeas, informe de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo sobre la estrategia de la calidad del aceite de oliva, COM 2000).

• **pero vinculando el pago de la ayuda al respeto de prácticas agrícolas correctas**

Los riesgos ecológicos vinculados a la oleicultura pueden verse considerablemente reducidos mediante el respeto de prácticas agrícolas adaptadas que es concebible consignar en Códigos de Buenas Prácticas Oleícolas teniendo en cuenta, en su caso, las características específicas regionales.

La OCM del aceite de oliva podría contribuir, en un primer momento, a la formación de estas prácticas correctas. En un segundo tiempo, podría plantearse conceder a los alivareros que respeten dichas prácticas una prima por hectárea que se añadiría a la ayuda por hectárea, o incluso, si los riesgos ecológicos se consideran graves, condicionar el pago de la ayuda por hectárea al respeto de dichas prácticas.

Esta medida podrá inscribirse en el sistema de modulación dinámica obligatorio que la Comisión propone instituir, o ser objeto de medidas de modulación adoptadas por iniciativa de los Estados miembros, que éstos ya pueden formular.

Las demás recomendaciones presentadas en la reforma del 98 se pueden resumir en:

- Mejorar el conocimiento estadístico del sector.
- Aclarar la estrategia seguida por la política comunitaria del aceite de oliva.
- Estudiar los impactos medioambientales de la trituración o molturación de las aceitunas y de las demás actividades industriales del sector de la aceituna.

- Inscribir en la normativa comunitaria que la autorización de las almazaras está supeditada a la aplicación de dispositivos de tratamiento y eliminación de las aguas residuales
- Ayudar a mantener la actividad oleícola en las zonas amenazadas de desertificación
- Mantener el régimen de TPA y prever una apertura del mercado
- Mantener la ayuda al almacenamiento privado en las situaciones de crisis manifiestas
- Continuar las campañas de promoción

8.10. Propuesta intermedia de reforma

El Comisario de Agricultura, Franz Fischler presentó, una nueva propuesta de la Reforma de la Política Agraria Común, que mantenía las líneas de la propuesta presentada el pasado julio del 2002.

Como principales medidas incluyen el recorte de las ayudas y la desvinculación de éstas de la producción.

Las principales líneas de la reforma son las siguientes:

- Una ayuda única por explotación, independiente de la producción, lo que se conoce por “desacoplamiento” o “disociación”
- Vinculación de las ayudas al cumplimiento de las normas en materia de medio ambiente, salubridad de los alimentos, bienestar animal y seguridad e higiene en el trabajo, así como a la condición de mantener las tierras agrarias en buenas condiciones agronómicas (“condicionalidad”).
- Una política de desarrollo rural reforzada, lo que supone más fondos y nuevas medidas para promover la calidad y el bienestar animal, y ayudar a los agricultores a cumplir las normas de la UE en relación con la producción.

- Una reducción de las ayudas directas (“regresividad”) a las explotaciones de mayor tamaño, a fin de generar fondos adicionales para el desarrollo rural y la financiación de las nuevas medidas de reforma.
- Reformas de los sectores del arroz, el trigo duro, las patatas de fécula y los forrajes desecados.
- Cambios en el sector de cereales:
- Reducción final de un 5% en el precio de intervención de los cereales, parcialmente compensada por un incremento de las ayudas directas a los agricultores del sector de los cultivos herbáceos.
- Cambios en el sector de la leche una reforma más rápida y de mayor alcance en el sector lácteo, diferenciando los recortes de los precios de la mantequilla y la leche en polvo desnatada y manteniendo las cuotas lácteas hasta el 2014/15.
- Las medidas que han sido respondidas con mayor fuerza tanto por el sector afectado español como por el Ministerio, y otros países comunitarios son el desacoplamiento de las ayudas y la reducción-modulación de las subvenciones.
- Desacoplamiento o disociación de las ayudas.
- Las ayudas no dependerán de lo que se produce, sino que simplemente por haber tenido una explotación se tendrá una subvención. Se concederá por tanto, una ayuda única por explotación, que sustituirá a la mayoría de las primas otorgadas en el marco de las organizaciones comunes de mercado.
- La ayuda única por explotación se recibirá en función del montante global percibido en concepto de ayudas durante un periodo de referencia, que son los años 2000, 2001 y 2002. las explotaciones que se podrán acoger a esta ayuda única son los cultivos herbáceos, la carne de vacuno, la leche, y los productos lácteos, la carne de ovino y caprino, la fécula de patata, las leguminosas, el grano, el arroz, las semillas y los forrajes desecados.
- Posteriormente, los agricultores podrán utilizar su tierra para cualquier cultivo, excepto para cultivos permanentes y se incluyen frutas y hortalizas en áreas de cultivo.

Para evitar el abandono de tierras y los problemas medioambientales derivados de la aplicación del desacoplamiento, los beneficiarios de las ayudas directas deberán someterse a una serie de obligaciones en virtud del nuevo principio de eco-condicionalidad.

- El principio de eco-condicionalidad se aplicará sistemáticamente a las normas obligatorias de la UE en materia de medio ambiente, seguridad alimentaria, sanidad, bienestar animal y seguridad en el trabajo aplicables a la explotación.
- Reducción y modulación de las ayudas, se aplicará a partir del año 2006 y no antes porque la Cumbre de Bruselas, de octubre del pasado año 2002, fijó un límite al presupuesto destinado a las medidas de mercado que impide las transferencias entre el primer pilar de la PAC ósea los mercados y el segundo pilar, que es el desarrollo rural, antes de la entrada en vigor de las próximas perspectivas financieras, en el año 2007.

En consecuencia, la Comisión propone aplicar, a partir de ese año, un sistema de modulación obligatoria con el fin de obtener fondos adicionales destinados a la política de desarrollo rural y para cubrir las necesidades financieras derivadas de las nuevas reformas de organizaciones comunes de mercado.

No se verían afectados por la modulación los agricultores que reciban un máximo de 5.000 euros anuales en concepto de ayudas de la UE. Según la Comisión Europea, esta medida servirá para corregir el desequilibrio actual, dado que el 20% de las explotaciones reciben ahora el 80% de las ayudas.

El mecanismo será obligatorio a partir de 2006, pero con repercusión presupuestaria en 2007.

Hasta ese año, los Estados miembros podrán aplicarlo con carácter voluntario. La reducción del montante global de ayudas en las explotaciones que perciban más de 5.000 euros anuales en subvenciones será progresiva.

Hay que recordar que la política agraria, creada a mediados del siglo XX, ha perdido muchos de sus objetivos originales:

- abastecer de alimentos a la población
- asegurar al consumidor suministros a precios razonables
- estabilizar los mercados internos
- proporcionar un nivel de vida adecuado al agricultor
- incrementar la productividad

Por lo que se ve obligada a replantearse su contenido y sus límites para seguir sobreviviendo, especialmente ahora que se ha constatado la explosión progresiva de muchos de sus objetivos y principios que desde su inicio la sustentaron.

Quizás conviene recordar sus principales secuelas negativas, ya que no debemos olvidar que en las comunidades europeas se ha practicado una agricultura: costosa en términos presupuestarios, conflictiva en términos de sus relaciones internacionales y perniciosa en términos ecológicos.

La ‘Agenda 2002’ fijaba explícitamente metas económicas, sociales y medioambientales, enmarcadas en una serie de objetivos:

- Un sector agrario competitivo
- Unos métodos de producción respetuosos con el medio ambiente, para obtener los productos de calidad que la sociedad demanda
- Un nivel de vida justo
- Una renta estable para la comunidad agraria
- Una agricultura diversificada, acorde con la conservación del paisaje
- Una mayor simplificación de la política agraria
- Un mejor reparto de responsabilidades entre la Comisión y los Estados miembros

- Unas ayudas justificadas para que los agricultores ofrezcan las prestaciones que la sociedad espera de ellos.

Son bastantes los que coinciden en afirmar que el proceso de reforma ha avanzado desde sus inicios en el año 1992: se han incrementado los equilibrios del mercado, las rentas agrarias han evolucionado, la ampliación y las actuales negociaciones con la OMC están cimentadas,...; sin embargo, en muchos ámbitos subsiste el desequilibrio entre los objetivos establecidos en la reseñada Agenda 2000 y su capacidad para arrojar los resultados que de ella espera la sociedad.

En aras de obtener una mayor coherencia entre los instrumentos de la PAC, la Comisión propone una serie de importantes ajustes, con el propósito de:

- Incrementar la competitividad de la agricultura de la UE
- Promover una agricultura sostenible y orientada hacia el mercado (desplazando las ayudas del producto al productor, condicionadas a la aplicación del principio de condicionalidad en relación con el medio ambiente, el bienestar animal y la calidad de los alimentos)
- Potenciar el desarrollo rural

Aunque la decisión final sobre esta propuesta la tienen los Ministros de Agricultura de los quince Estados miembros de la UE, el pasado 10 de julio el Consejo ya la presentó al Consejo y al Parlamento Europeo.

Los puntos básicos barajados en el documento reseñado son los siguientes: -

- A partir de la campaña 2004/05 habría un recorte progresivo de las ayudas directas de un 3% anual, hasta llegar al 20% en el séptimo año.
- A partir de la campaña 2004/05, parte de las ayudas (~29.000 millones de euros [algo más de 4.800.000 millones de ptas.] se otorgaron el año pasado

como ayudas directas a la agricultura en forma de primas vinculadas a la producción)

- Se otorgarían en un solo pago las ayudas por explotación totalmente desvinculado de la producción.
- Se retiraría un 10% de la superficie producida.
- Desaparecerían la mayoría de las primas (actualmente existen unas 30 diferentes) y se haría un solo pago automático por explotación, lo cual simplificaría bastantes trámites burocráticos.
- Las explotaciones a cambio tendrían que disponer de auditorias para las que también habría un apoyo suplementario.
- Las explotaciones percibirán el primer año subsidios sobre la base del pago histórico que vienen recibiendo; después se condicionarían los pagos a criterios medioambientales, de bienestar animal, de calidad agroalimentaria y a superficies.
- A cambio el agricultor elegiría qué productos cultivar y vender, pudiendo así aprovechar mejor la coyuntura del mercado.
- Al principio quedarían desvinculados de la producción cereales, oleaginosas, legumbres, semillas de leguminosas, féculas de patata y ganado vacuno y ovino.
- Posteriormente se incorporarían la mayoría de los cultivos, entre ellos también el olivar. Ninguna explotación percibiría más de 300.000 euros/año, aunque esta cantidad se podría incrementar en 5.000 euros/año por unidad anual de trabajo.
- El dinero sobrante iría destinado al desarrollo rural de cada país (cuyos proyectos estarían cofinanciados entre la UE y los Estados miembros), para lo cual se motivaría a los agricultores a participar en los sistemas de certificación y garantía de la calidad y su promoción (denominación de origen, agricultura y ganadería ecológicas,...).
- Por tanto, entre otros aspectos, la revisión intermedia o reforma (depende de quien lo analice) pretende reducir los excedentes agrarios y minimizar los efectos de la agricultura intensiva, para ello prevé desvincular de la

producción la mayoría de las ayudas directas y recortarlas como se ha apuntado anteriormente.

- Éstas suponen en la actualidad algo más de las dos terceras partes de la PAC y cerca de la mitad de la totalidad del presupuesto comunitario (alrededor del 45% el año pasado).
- Para algunos el objetivo central radica en ahorrar la quinta parte de la factura agraria, montante económico que no saldría del medio rural de los Estados miembros, sino que se destinaría a garantizar las rentas de los agricultores mediante programas de desarrollo rural (algunos ya lo han calificado como el gran beneficiado del cambio)

No obstante, hay quien se pregunta si con ello no se facilitarían las consecuencias negativas de la "renacionalización" de las ayudas agrarias.

Hay que recordar una vez más que los responsables políticos europeos tienen ante sí el reto de demostrar si es posible materializar la economía social de mercado con parámetros supranacionales, para con ello intentar preservar una serie de frágiles equilibrios como son:

- Mantener una PAC intervencionista, con un presupuesto suficiente y transparente, sin distorsiones financieras estatales y el consenso mayoritario de los contribuyentes
- Implementar una PAC con una protección externa adaptada a nuestros costes internos, los ingresos de los agricultores y las demandas de los consumidores.
- Compatibilizar una PAC reglamentista (en el ámbito financiero mediante ayudas, en el productivo con cuotas, y en el comercial a través de contingentes de importación y exportación) con las exigencias de la libre competencia y la asignación de recursos.

- Diseñar una PAC rural no productivista (si productiva), respetuosa con su entorno y al mismo tiempo capaz de suministrar productos y servicios y de asegurar un tejido rural productivo.

Para puntualizar, actualmente los Estados miembros de la UE están obligados a consensuar respuestas urgentes, al menos, con respecto a los siguientes extremos:

- La vocación "totalizante" de la PAC frente al progresivo surgimiento de nuevas políticas comunitarias con incidencia directa en el campo (en materia de medio ambiente, consecución de la cohesión social y económica, protección de los consumidores,...)
- La confrontación del "espíritu renacionalista" de algunos Estados miembros, frente al "carácter comunitario".
- La desconexión del principio de "preferencia comunitaria" frente a los mercados mundiales.
- La definición complementaria de la política de estructuras frente a la de precios.
- La política de precios frente a la de mercados (en parte perdida a favor de las ayudas directas).
- El reconocimiento paralelo de una garantía horizontal frente a la "totalizante" de la producción, que podría dar paso a la consideración de determinados derechos productivos y al apoyo a la modulación de las ayudas (el 80% de las ayudas las siguen recibiendo solamente un 20% de los beneficiarios).
- La lejanía cada vez más creciente del modelo agrorural frente al modelo urbano.
- El "productivismo" agrario (consolidación de excedentes agrarios, aumento de la internacionalización de mercados,...) frente al productivo.
- La continua intensificación agraria (dirigida hacia una desequilibrada aventura sin apenas límites, con preocupantes repercusiones para el medio

ambiente y, también, para nuestra salud) frente a la sostenibilidad agroecológica y a una mayor potenciación equilibrada del desarrollo rural.

9. CONCLUSIONES FINALES

9.1. Situación actual del sector

- El sector oleícola andaluz está altamente atomizado. Con una estructura compleja, las escasas dimensiones de la mayor parte de las empresas que la componen, dificultan en muchos casos la gestión.
- Los productores con mayor mentalidad tradicional se muestran más críticos y desconfiados. Los jóvenes parecen sentirse más seguros.
- Las cooperativas del sector no se han sabido adecuar a los retos que plantea el mercado, su adaptación es lenta, pues el mercado del aceite parece ser menos dinámico que otros.
- Las demandas del mercado están presionando sobre el sector para que cambien las estrategias de gestión de las cooperativas y que aumente la implicación del resto del empresariado.
- La situación es valorada como buena en las Administraciones y entre los empresarios industriales, si bien entre los productores no siempre se reconoce francamente este hecho.
- Los productores no pueden hablar de un modo positivo y rodean constantemente el tema central utilizando lenguajes metafóricos y aforismos por miedo a que si valoran bien la situación, les puedan quitar las ayudas.
- Desde diferentes ámbitos se admite que el modo de vida en general es mucho más elevado y que la relación con el trabajo en el campo ha sufrido un cambio positivo notorio.
- La situación actual es vivida como difícil y molesta, situación de deterioro en aumento, que genera hostilidad entre los implicados. Sólo si se comparan con la situación anterior el discurso aparece más positivo.
- Los fondos estructurales aparecen como el eje del cambio en la región y en el sector. Dudan de los logros como si toda la modernización y la mejora desaparecieran al desaparecer las ayudas.
- Las ayudas estructurales han permitido un cambio y una mejora en: métodos de producción, técnicas de cultivo, corrección de problemas de

contaminación, cuidado medioambiental, desarrollo tecnológico, mejora de la calidad.

- En la actual situación el tema del empleo ligado al olivar y el de la comercialización estarían influyendo con un peso específico sobre la actividad del sector.
- En los olivares de baja producción, generalmente en la montaña, aquellos que no se están beneficiando de las ayudas, se está produciendo una destrucción de empleo de trabajo en el olivar a tiempo total.
- Por otra parte se estaría creando un empleo muy profesionalizado sobretodo en el sector almazarero en las plantaciones más modernas del olivar.
- El desarrollo de otras áreas en la región habrían absorbido mano de obra no cualificada, tradicionalmente ligada a la cosecha del olivar, por lo que se estaría atravesando por una escasez que se suple con mano de obra extranjera.
- Algunos creen que esta falta de personal se debe también al bajo precio del jornal necesario según dicen, para mantener la rentabilidad y la competitividad del campo.
- Ante esta situación los empresarios piden que se subsidie la mano de obra y la generación de empleo. Otros optan por mecanizar todo lo posible el trabajo, y quienes no compran su propia maquina, encargan la labor a empresas de servicio que hacen la recolección.
- La comercialización de los productos está poco atendido entre los productores. Pocas son las cooperativas que se ocupan de desarrollar planes de marketing.
- Los empresarios industriales creen que el sector tiene poca mentalidad empresarial y que la presencia de los productores y de las cooperativas retrasa la profesionalización necesaria para poder competir.
- La venta y distribución de los productos ha estado tradicionalmente en manos de grandes distribuidoras con sus propias marcas conocidas las que hacían sus propias campañas de promoción.

- También desde las Administraciones se reconoce que el aspecto que queda por desarrollar es el comercial. En el mercado habría habido un avance muy importante pero insuficiente.
- El consumo estaría muy concentrado en aceites refinados y no en los aceites extra vírgenes como sucede en Italia, principal competidor. La demanda favorecería la promoción, la realización de campañas, ampliación de mercados y de consumo.
- Al productor andaluz le resulta más fácil vender el aceite que estructurar estrategias de marketing. Se mantiene una inercia a pesar de que están apareciendo proyectos en este sentido.
- Existe rivalidad en el sector pero no se aborda sino que se pasa a criticar a terceros que estarían aprovechándose de las ayudas para el propio enriquecimiento y no para revertirlo en la mejora del sector.
- Hay desconfianza de los productores en la gestión de las Administraciones. Se dice que estarían participando del supuesto fraude existente en el tema de ayudas para el sector, a costa del daño al productor.

9.2. Efectos del cambio

- Aunque no se sabe aun cuales han de ser los cambios en la aplicación de la PAC, sólo se perciben efectos negativos en general, especialmente por parte de los productores.
- No hay acuerdo entre las diversas partes, de qué se espera de la reforma en la aplicación de la PAC.
- Desde la Administración autonómica se dice que los efectos son difíciles de prever ,que los cambios previstos son de distraer ayudas y derivarlo a otros sectores.
- Desde la Administración Central se dice que la reforma está en un proceso de negociación y no se compromete la opinión al respecto.
- Se teme la pérdida de empleo y de rentabilidad unido a una parálisis en el sector, actualmente en un momento de bienestar.

- Las ayudas irán dirigidas a mercados y precios, estarán no sectorializadas, gestionadas con cada agricultor por el mantenimiento de su actividad, por el mantenimiento del paisaje y del medio ambiente.
- Cualquier cambio es considerado perjudicial. El régimen actual de subvenciones es valorado por los productores como imprescindible para mantener la situación existente.
- Los productores se ven a sí mismos en su demanda como portavoces de los sectores agrícolas tradicionales de España. Despojándolos se dañan los cultivos nacionales, la agricultura en Andalucía y la rentabilidad de los agricultores globalmente.
- Desde las Administraciones aunque se esté en parte de acuerdo con los productores no se pronostica la situación de manera tan negativa. Se considera que la reforma intermedia que plantea la modulación dinámica dependerá en sus efectos de la forma en que sea aplicada.
- El cambio en la PAC promovería el abandono de la implicación del productor con el producto y se mostraría con un comportamiento aparentemente proactivo pero sólo para poder cobrar la subvención. Esto se entiende que subvierte el sentido de las ayudas.
- Como efecto del cambio aún previo a su aplicación, disminuye la estabilidad y la seguridad. Las consecuencias previstas son imprecisas, unos hablan de abandonar mientras que otros de permanecer, creciendo o no creciendo se trataría de poder subsistir más allá de lo coyuntural.
- Se teme lo peor, llegar a hundirse como ha sucedido en otros sectores. A la vez que se ven a sí mismo como defensores de Andalucía y por ellos merecedores de protección.
- Otros que buscan salida lo hacen desde la desesperanza. Se busca catalizar los efectos perniciosos por temor a que los jóvenes se marchen como lo han hecho algunos con anterioridad.
- Habrá menos inversiones. Si la ayuda se otorgara más allá de la producción, disminuirá la motivación y se generará como efecto no buscado un aumento de las diferencias internas en el sector.

- La disminución en el empleo será una de las consecuencias que afectará a toda la Comunidad, según creen productores y empresarios. Una revolución que tendrá efectos nefastos sobre la economía y sobre la demografía.
- Desde las administraciones no se perciben consecuencias tan radicales. Se habla de cambios paulatinos, una crisis controlable cuyos efectos podrán ser integrados en la sociedad andaluza generando una realidad más acorde a la que le corresponde.

9.3. Repercusiones sobre el empleo

- Hay acuerdo entre todas las partes acerca del efecto que los cambios en la PAC traerán sobre el empleo, los productores lo ven de un modo más inmediato un efecto de abandono del olivar que perjudicará la mano de obra.
- Se intentará abaratar los costes, minimizarlos lo cual conducirá a un aumento de la mecanización de algunas fases de la recolección y del proceso de producción en general.
- La menor rentabilidad se ha de remediar utilizando la propia mano de obra familiar no contabilizada. Esto es en cierta medida un efecto regresivo. De una explotación bien cuidada, bien explotada y con futuro para convertirse en una explotación de subsistencia.
- Los empresarios y las administraciones hablan de una reestructuración del sector mediante una fórmula de equilibrio en las subvenciones, entre las ayudas a la hectárea y a la producción para no perder empleo más allá de aquel que la evolución tecnológica y la evolución puedan significar.
- Habría una disminución de la rentabilidad que perjudicará al jornalero disminuyendo el precio de la mano de obra y de forma indirecta perjudicará al productor que no podrá enfrentarse al reto de tener que pagar lo que pagan en otros sectores.
- Se profundizará en un traspaso de la mano de obra de jornalero a sectores de la costa andaluza lo cual a su vez también influirá negativamente sobre el sector.

- Se pasará de un tipo de economía productiva con generación de empleo a una mentalidad de paro. Se connota el cambio como un paso de la mentalidad de producción a la inactividad forzada.
- Se espera que la Administración Central tome en cuenta los efectos perversos de la modificación de la PAC adecuando el PER a la realidad que se genere entonces. Vincular las ayudas al empleo y no al desempleo.
- Se requerirá un perfil profesional distinto al actual. Un personal con mayor cualificación que sea capaz de atender una producción más mecanizada.
- Deberá tener nociones informática, conocimientos de mecánica y uso de herramientas, sistemas de riego, manejo de maquinarias específicas, uso de productos químicos y herbicidas, manipulación de instrumentos, conocimientos de normativas de riesgos laborales.
- Se generará otro tipo de empleo en industrias auxiliares ligadas al ámbito empresarial, marketing, estrategias de venta y comercialización, aperturas de mercado, exportación y demás conocimientos ligados a las etapas anteriores y siguientes al de la producción propiamente dicha.

9.4. Necesidades y demandas ante el cambio

- Mientras que los productores esperan protección los empresarios esperan amnistías fiscales u otro tipo de beneficios que puedan suplir lo que se pierdan por el cambio de la subvención.
- Los productores demandan apoyo y solidaridad, en ésta se encierra un fuerte dolor y un sentimiento de abandono. Se demanda un reconocimiento del papel del productor.
- Las medidas de saneamiento se piensan en este contexto y se demanda un crecimiento de consumo de aceite que podría hacer aumentar la producción. Se demanda no depender de subvenciones, ir modificando los hábitos de la población.
- Se espera que el cambio se haga de un modo que resulte favorable para el productor, se demanda agilidad en la acción para disminuir la ansiedad que le genera la incertidumbre.

- Los productores y los empresarios creen que el peligro de las ayudas a la producción es que se intensifique más la producción de aceite en Andalucía y que existan excedentes.
- Se demanda una acción de promoción proveniente de las autoridades que pueden, según creen los empresarios promocionar el producto en el extranjero. Hacer campañas, conseguir denominaciones de origen de los aceites, en definitiva facilitar la penetración del producto a nuevos mercados.
- Hay acuerdos a todos los niveles en el sector de que faltan mejorar la fase de comercialización e innovar en tecnologías en especial en los aspectos del marketing empresarial.
- Se verifica la necesidad de que el sector se modernice con proyectos empresariales conjuntos de la Administración y las cooperativas de producción.
- Se habrá de mejorar a través de la concentración de la oferta, marcas comunes, denominación de origen, sinergia con otros sectores productivos, promoción del producto, venta al extranjero.
- Hace falta una mayor profesionalización. Un cambio de mentalidad es necesario para compatibilizar motivaciones afectivas con rentabilidad económica.
- Se teme que no se atiende esta necesidad el aceite se concentrará en explotaciones muy grandes, con riego, muy tecnificadas y el olivar tradicional de zona de montaña perderá competitividad.
- Se necesita formación para los trabajadores del sector lo cual constituye un problema puesto que el personal no es un personal fijo.
- Los productores manifiestan la necesidad de un cambio generacional, lo mismo que la Administración. Ambos reconocen que existe una población envejecida de olivereros.

BIBLIOGRAFÍA

- Alba J. (1994): Nuevas tecnologías para la obtención del aceite de oliva. *Fruticultura Profesional (Suplemento)*, 62:85-95.
- Alba J., Ruiz M.A., Hidalgo F. (1992): Control de elaboración y características analíticas de los productos obtenidos en una línea continua ecológica. *Dossier Oleo*, 2, 43- 48 XII Mostra mercato di olio nuovo. Impruneta (Italia).
- Alba J., Ruiz M.A., Hidalgo F., Martínez F., Moyano M.J. (1993): Procesos de elaboración: Nuevas técnicas de extracción. *Dossier Oleo*, 2, 40-59.
- Abela V. , Fernández Serrano J.M. (1983): Selección clonal del olivo. *Olea* 15: 27.
- Anuario Económico de Andalucía 2003.
- Aparicio R. (1988): Characterization of foods by inexact rules. The SEXIA expert system, *J. chemometrics*, 3:175-192.
- Aparicio R., Sánchez M. Ferreiro M.S. (1991): Definitive influence of the extraction methods on the chemical composition of vergin olive oil. *Grasas y Aceites*, 5, 356-362.
- Aparicio R., Alonso V. (1994): Characterization of vergin olive oils by SEXIA expert system. *Prog. Lipid Res.*, 33(1/2):29-38.
- Barranco D. (1994): Caracterización del material vegetal en olivo. *Fruticultura*, 62. sup: 3-7.
- Berenguer-García A. (1978): Selección clonal en olivo. *Olea* 7: 7-15.
- Borja R., Alba J., Martín A., Ruiz A., Hidalgo F. (1993): Caracterización y digestión anaerobia de las aguas de lavado del aceite de oliva virgen. *Grasas y Aceites*, 44, 2:85-90
- Cilenti G. (1993): Situazione del comparto olivicolo italiano. *Olivae*, 47:5-8.
- Civantos L. (1995): Evolución de la superficie del olivar y de las producciones de aceite de oliva en España. *Olivae*, 59:18-21.
- Consejo Oleícola de la UE años 1999-2003.

- Dirección General de Agricultura UE.
- Esterbauer H. (1988): Role of antioxidants in preventing the oxidation of LDL, in the molecular mechanisms of aging: The role of dietary lipids. 1st Medical Scientific Meeting. Lucca.
- Fedeli E., Cortesi N. (1993): Qualità, provenienza e tecnologia degli oli di oliva vergini. Riv. Ital. Sostanze Grasse, 70:419-426.
- De Mora A. (1995): Problemática de la industria de aceituna de mesa. Olivae. 59:34-35.
- Di Giovacchino L. (1991): L'estrazione dell'olio dalle olive con i sistemi della pressione, della centrifugazione e del percolamento: incidenza delle tecniche operative sui rendimenti in olio. Olivae, 36:14-41.
- EUROSTAT (The Statistical Office of the European Communities)
- González-Burgaleta J. L. (1988): Commercializzazione degli oli e delle sostanze grasse in Spagna. Olivae, 4:14-21.
- Humanes G.J., Lamas J.F., Borrero P.F. (1967): Selección de nuevas variedades de olivo. Portug. acta biol. 10: 185-194.
- IEA (Instituto de Estadística de Andalucía). Anuario 2003.
- INE (Instituto Nacional de Estadística). Anuario 2003.
- ITE (Indice Temático de Estadísticas de Andalucía).
- Junta de Andalucía. Consejería de Agricultura y Pesca
- Keys A. (1970): Coronary heart disease in seven countries, Circulation, 1 suple 1:1-121.
- Kiritsakis A. K. (1992): El aceite de oliva. Ed A. Madrid Vicente. Madrid. pp. 306.
- Lavee S. (1994): ¿Porqué la necesidad de nuevas variedades de olivos?. Fruticultura, 62. sup: 29-37.
- Leone (1993): Valoraciones económicas sobre las innovaciones tecnológicas. Problemas medioambientales del sector oleícola en Italia. Olivae, 47:15-20.
- Mataix J. (1994): El aceite de oliva en la dieta mediterranea. Fruticultura Profesional (Suplemento), 62:129-134.

- Maté V. (1996): Aceite de oliva, las razones de una subida libre. El País, 28 enero 1996 pag. 13.
- MAPA (Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación)
- Morettini A. (1954): Mutazioni gemmarie nell'olivo e loro applicazione per il miglioramento della coltura. Italia Agricola 91 (12): 197-204.
- Muñoz R.M., Gómez A.C. (1996): Funciones de respuesta asimétrica: El caso de la demanda del aceite de oliva. *Olivae*, 60:9-13.
- Netti S., Wlassics I. (1995): Studio sulle metodologie di smaltimento delle acque di vegetazione. *Riv. Ital. Sostanze Grasse*, 72:119-125.
- Parras M., Torres F.J. (1994): La demanda di olio di oliva vergine nel mercato spagnolo: aspetti del mercato del consumatore. *Olivae*, 54:22-32.
- Rallo L., Nahalawi N. (1976): Situación y perspectivas sobre la utilización y selección de patrones en olivo. *Olea* 4: 7-27.
- Solinas M. (1990): Qualità merceologica degli oli vergini di oliva. *Riv. Merceologia*, 29(3):189-221.
- Uceda M. (1994): L'olivicoltura in Spagna. VII Corso Internazionale per il Miglioramento della Qualità dell'Olio di Oliva. Lecce (Italia). Dicembre, 1994.
- Uceda M. Hermoso M. González J. (1995): Evolución de la tecnología del aceite de oliva, nuevos sistemas ecológicos; ensayos y conclusiones. *Alimentación, Equipos y Tecnología*, 5:93-98.
- Ranalli A. (1991): L'effluente dei frantoi oleari: proposte per la sua utilizzazione e depurazione con riferimenti alla normativa italiana (I Parte). *Olivae*, 37:30-39.