

En este capítulo introductorio, exponemos, de forma sucinta, el problema investigado, mediante la exposición de los objetivos de la investigación, así como las hipótesis formuladas y la metodología de la investigación. Asimismo, nos referiremos a la estructura del libro y a los aspectos formales.

## **1.1. PLANTEAMIENTO Y DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA A INVESTIGAR**

La literatura sobre el sector de los aceites de oliva es profusa y variada<sup>1</sup>. Asimismo, existe gran cantidad de datos e información estadística sobre el sector. La exploración y posterior análisis de la literatura, nos reveló que los aspectos más estudiados, en los últimos años, giran en torno a cuestiones tales como:

- La calidad de los aceites de oliva. Criterios de calidad en los aceites de oliva —caracteres sensoriales y parámetros químicos—; factores que influyen en la calidad de los aceites de oliva y, consecuentemente, consideraciones a tener en cuenta para conseguir aceites de calidad: agronómicos —intrínsecos y extrínsecos—, de elaboración, conservación y envasado; legislación sobre la normalización y tipificación de la calidad; denominaciones de origen como medida de fomento de la calidad; influencia de ciertos elementos patógenos en los parámetros de calidad de los aceites de oliva, etc.
- Valor nutricional y terapéutico de los aceites de oliva. La

---

<sup>1</sup> Una excelente recopilación bibliográfica oleícola puede verse en el libro de Juan Francisco Zambrana Pineda, *Crisis y Modernización del olivar*, publicado por el MAPA en 1987.

posición diferencial, en la alimentación, de los aceites de oliva respecto de las demás grasas y aceites vegetales comestibles, esto es, las características de los aceites de oliva en relación, fundamentalmente, con las de los otros aceites vegetales comestibles; propiedades fisiológicas y bioquímicas de los aceites de oliva; influencia del consumo de aceites de oliva en la salud del hombre, en comparación con los aceites de semillas, especialmente en sus efectos sobre el sistema digestivo y enfermedades cardiovasculares; reglamentaciones técnico-sanitarias, etc.

• El problema del alpechín y sus posibles vías de solución mediante sistemas de depuración y/o de aprovechamiento.

• Avances tecnológicos en el sector de los aceites de oliva. Intervenciones técnicas para mejorar la productividad, a fin de compensar la evolución al alza de los costes de producción y su repercusión en el precio del producto, en las sucesivas fases del cultivo-fertilización —mantenimiento del suelo, poda, riego, plagas y enfermedades, etc.—, recolección, elaboración o extracción del aceite —nuevas técnicas de extracción que pretenden resolver el problema del alpechín—, almacenamiento y envasado<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> La investigación de ciertos aspectos relacionados con los cuatro grandes campos de estudio mencionados —calidad, valor nutricional y terapéutico, alpechín y avances tecnológicos— se apunta como absolutamente necesaria para el desarrollo del sector oleícola. En este sentido, Kiritsakis (1991, pp. 305 y 306), en el epílogo de su libro manifiesta:

“Si se quiere aumentar la calidad y la cantidad de aceite de oliva producido, es necesario realizar trabajos de investigación en varios niveles. Empezando por el nivel productivo, es preciso encontrar variedades de olivo mejor adaptadas a las condiciones locales. Sería muy deseable considerar las nuevas técnicas de ingeniería genética para conseguir olivos más fuertes y productivos. También es importante continuar las investigaciones para combatir al tradicional enemigo del cultivo del olivo, es decir, la *Dacus Oleae*, o mosca del olivo.

Hay que modernizar los métodos de recogida de la aceituna. Dado que cada vez es más difícil encontrar mano de obra en la agricultura, la recolección de los frutos se debe mecanizar de forma efectiva y cuidadosa, para no dañar ni al árbol ni a las aceitunas. También es necesario mejorar el almacenamiento previo de las aceitunas antes de su procesado, principalmente en las almazaras pequeñas. Aunque se han hecho adelantos muy considerables en los sistemas de extracción, quizás se pueda mejorar el rendimiento en aceite. Por ejemplo,

- Legislación sobre el sector.
- Economía oleícola. La literatura sobre cuestiones económicas del sector de los aceites de oliva se remonta muchos años atrás. Una mirada al apartado de “bibliografía oleícola” del mencionado libro de Zambrana Pineda, nos permite encontrar estudios publicados a finales del siglo pasado y comienzos del presente, en los que se tratan, fundamentalmente, aspectos relativos a la producción, comercio —tanto interior como exterior—, precios y perspectivas de futuro para el desarrollo del sector.

En las últimas décadas, como apunta Zambrana (1987, p. 22), han aparecido diversos trabajos en los que se han abordado, con una cierta perspectiva, cuestiones de la economía oleícola actual<sup>3</sup>. Es de destacar lo publicado por Agustín López Ontiveros (1978 y 1980), Carlos Tió (1982) y José Manuel Naredo (1983). En palabras de Zambrana (1987, p. 22), el primero ha estudiado, con detenimiento, las repercusiones de la subida de salarios a partir de los años sesenta en el coste de la recogida, lle-

---

se puede estudiar la utilización de enzimas para extraer mejor el aceite de los tejidos.

Como se ha visto que los antioxidantes naturales prolongan la vida comercial del aceite de oliva, es necesario investigar más en su aplicación como aditivos conservantes. También se debe investigar sobre lo que se viene diciendo siempre del aceite de oliva: sus efectos beneficiosos sobre la salud del consumidor.

También hay un interesante campo para la investigación en la transisomerización del ácido oleico al calentar el aceite de oliva en aplicaciones culinarias.

Finalmente, es necesario también investigar el tratamiento y la utilización de los subproductos de la industria aceitera. Como ejemplo de un subproducto de la aceituna potencialmente interesante, tenemos los antocianinos presentes en la piel de las aceitunas maduras. Otro ejemplo son los azúcares que se encuentran presentes en la fase acuosa del tejido de las aceitunas, y que puede someterse a fermentación alcohólica, después de la extracción del aceite”.

<sup>3</sup> Otros trabajos anteriores en el tiempo a los que reseñamos, pero también de cierta importancia, son el publicado por el Sindicato Vertical del Olivo (1945) —en el que, según Carbonell y Mora (1973, pp. 2 y 3), “desde una óptica primordialmente cuantitativa, se analizaron y acertadamente previeron el déficit de grasas vegetales que habría de afrontar España si pretendía abastecer la creciente demanda interior y exterior”—, el de Muñoz Escalona (1969) y el de Carbonell y Mora (1973).

gando a la conclusión de que “hay mil clases y mil diferencias entre los olivares de España. Es decir, hay que diferenciar entre un olivar productivo o que puede serlo y otro marginal”. Al mismo tiempo, sus investigaciones se han dirigido a la actividad comercial, donde ha puesto de manifiesto un alto grado de concentración que actúa como factor de la crisis. Por su parte, Carlos Tió, en su estudio sobre la política oleícola, ha dado mayor amplitud al tema y ha integrado la crisis del olivar “en el marco de la crisis, más global, de la agricultura española, resultante de la adopción de una estrategia de apoyo al consumo de productos alimenticios”. Por último, J. Manuel Naredo, ha aportado nuevos elementos explicativos de la crisis del sector, originada, según él, por cambios en el marco social, técnico y económico en el que se desenvuelve el cultivo olivarero.

A las aportaciones anteriores, hay que añadir la del propio Zambrana, cuya obra aquí referenciada, constituye, en palabras de Bernal, “el primer estudio solvente dedicado en exclusividad a la historia y economía del olivar español” (prólogo del profesor Antonio Miguel Bernal al libro de Zambrana, p. 16).

Actualmente, la cuestión que despierta más interés, en el ámbito económico, es la de la comercialización de los aceites de oliva. Es cierto que otras cuestiones también son objeto de estudio. Nos estamos refiriendo a las que versan sobre la Unión Europea y el sector de los aceites de oliva —implicaciones para el sector de la nueva Política Agrícola Común, legislación comunitaria, etc.— y al análisis de la oferta y su configuración —superficie de producción, productores y sus agrupaciones, estructuras productivas, cooperativismo, industrias de transformación, concentración empresarial en el envasado, el dominio de los grupos empresariales extranjeros en el sector y el papel de las distintas administraciones ante este hecho, etc.— pero es la comercialización, como decimos, el tema que suscita más atención, hoy día.

De la importancia que los aspectos relativos a la comercialización de los aceites de oliva han adquirido últimamente, da buena prueba el número de ponencias y comunicaciones presentadas, así como las mesas redondas celebradas, en los Simposios Científico-Técnicos que, en las sucesivas EXPOLIVA —Feria

Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines—, vienen celebrándose ininterrumpidamente desde su inicio en el año 1983, cada dos años, en Jaén. Así, en los siete certámenes que han tenido lugar, hasta el momento, ha estado presente el tema de la comercialización, bien en forma de ponencias —en los cuatro primeros— o bien, abordándose en mesas redondas, como ha sucedido en las tres últimas ferias celebradas.

Las cuestiones más intensamente tratadas en el ámbito de la comercialización son:

- Canales de comercialización y agentes de comercialización.
- Comercio exterior —volumen de exportaciones y su evolución por países, medidas para fomentar las exportaciones, influencia de la Política Agrícola Común sobre el volumen de las exportaciones, perspectivas de futuro en ciertos países, etc.
- Promoción de los aceites de oliva y direcciones en las que deben orientarse las campañas de comunicación.
- Comercio interior —evolución de las ventas por tipos de aceites; repercusión en las ventas de los aceites de oliva de la finalización de los subperíodos constitutivos del período transitario adoptado en el Tratado de Adhesión a la Comunidad Europea; el consumo interior de aceites de oliva en el contexto de las grasas y aceites vegetales fluidos comestibles; influencia en el consumo de factores tales como tamaño del hábitat, región, tamaño de la familia, etc. Asimismo, en el ámbito del mercado interior, se han realizado algunos estudios, utilizando modelos econométricos, con objeto de medir la incidencia en el consumo de aceites de oliva de ciertos factores —fundamentalmente, precios y niveles de renta— así como de prever la evolución de la demanda en los próximos años.

Nuestro trabajo de investigación se circunscribe, también, al ámbito del mercado interior. Es un estudio que puede catalogarse como de “desarrollo de la demanda”, y cuyo móvil principal ha sido la existencia de un interés social, en nuestro entorno más próximo, que ha hecho que dirijamos nuestro esfuerzo de investigación hacia el fenómeno de la comercialización de los aceites de oliva y, de forma prioritaria, hacia los vírgenes.

En efecto, una de las cuestiones que suscita más debate en relación con la economía oleícola, es la referida a la escasa participación del sector productor de aceites de oliva vírgenes en la fase de distribución de los aceites de oliva, lo que se traduce en la pérdida del valor añadido que la distribución genera y, consecuentemente, en una menor renta para los productores.

Esta escasa presencia del sector productor en los circuitos comerciales es aún más notoria y debiera ser objeto de un mayor estudio, si se tiene en cuenta el alto grado de asociacionismo de los agricultores del sector. Es cierto que las cooperativas agrarias dominan la producción pero, salvo contadas excepciones, la organización cooperativa no tiene un peso en el mercado que se aproxime, mínimamente, a su potencial de producción.

Otra razón por la que es deseable una mayor participación del sector productor oleícola nacional en los circuitos de distribución, está estrechamente relacionada con el futuro de la Política Agrícola Común. En este sentido, la orientación general de la nueva Política Agrícola Común, en palabras de Franco Milano, tiende a favorecer cada vez más los mecanismos de mercado, restituyendo así a la intervención el papel que le corresponde: el de válvula de seguridad y no el de salida de mercado (Milano, 1993, p. 6).

Ante esta perspectiva, vender el aceite a la intervención no es una solución de futuro para el sector. La Comisión Europea ha expresado en reiteradas ocasiones su malestar por el comportamiento del mercado del aceite de oliva en España porque el de mejor calidad ha acabado en la intervención y no en el mercado directamente. Así, en la campaña 1992/93, el 73 por 100 del aceite comprado por la intervención fue virgen extra.

Conviene no olvidar, en relación con la repercusión de la nueva Política Agrícola Común para el sector de los aceites de oliva, que si bien la “Reforma de la PAC” aprobada el 1 de julio de 1992, en la que la orientación al mercado se contempla como una exigencia para la supervivencia del sector agrario, no afectó al sector de los aceites de oliva, es seguro que la actual regulación del sector se modificará próximamente, por cuanto existe una clara voluntad de extender la Reforma a otros sectores. Así pues, parece claro pensar en una liberalización del mercado de

los aceites y grasas comestibles siguiendo la nueva filosofía que orienta la PAC, que puede materializarse, a tenor de la evolución reciente de la PAC, en términos generales, en un endurecimiento progresivo de las condiciones exigidas para la obtención de ayudas así como de una paulatina reducción en su cuantía. Este cambio de enfoque significativo y trascendental en la PAC beneficiará a la Unión Europea —o mejor al presupuesto— y a los consumidores pero está puesto en duda que beneficie a los agricultores-productores si éstos siguen actuando como hasta ahora.

A su vez, la liberalización del comercio mundial, tras la firma de los acuerdos del GATT, afectará también al sector. En este sentido, la Unión Europea se ha comprometido a disminuir durante los próximos años en un 20 por 100 el Montante Global de Ayuda, respecto al período de referencia 1986-88. Las ayudas a la producción y al consumo que se contemplan en la OCM del aceite de oliva, se incluyen dentro del Montante Global de Ayuda. “A no ser que por razones agrimonetarias resulte inflado el Montante Global de Ayuda comunitario durante el período 1995-2000, la Unión Europea se encuentra a niveles que cumplen ya la disminución del 20 por 100. Por ello, no es previsible que estas ayudas o el precio de intervención tengan que ser reducidos por exigencias del GATT” (Rodríguez, 1996, p. 248). Sin embargo, “el compromiso de reducción de las subvenciones a la exportación es el que más afectará al sector. La exportación subvencionada debe sufrir una considerable reducción, no ya sólo por la disminución de las restituciones, sino también por el hecho de que las exportaciones comunitarias durante los últimos años han alcanzado las 200.000 toneladas, cifra claramente superior a las 148.000 del período de referencia 1986-90. Tener que pasar a 117.000 toneladas en el año 2000, significa que las exportaciones subvencionadas tienen que experimentar una disminución real del 41,5 por 100” (Rodríguez, 1996, p. 249). Estas medidas no hacen más que traducir a hechos el objetivo a largo plazo convenido en el Acuerdo sobre Agricultura, recogido en el Acta Final, en el que se incorporan los resultados de la Ronda Uruguay y de negociaciones comerciales multilaterales, en cuyo preámbulo los Miembros firman-

tes recuerdan que el objetivo a largo plazo es “establecer un sistema de comercio agropecuario equitativo y orientado al mercado...”.

En definitiva, esta nueva tendencia en la Política Agrícola Común se traducirá en la reducción de ayudas a los agricultores y, por ende, en un menor nivel de renta de los mismos, a no ser que éstos se impliquen más directamente en la tarea de acercar sus productos a los consumidores finales. En este sentido, y centrándonos en el sector de los aceites de oliva, en el momento en que redactamos estas páginas, hay una gran preocupación en el sector olivarero, motivada por la filtración de un documento de propuesta de reforma de la OCM, elaborado por el Comisario de Agricultura Franz Fischler. En este documento, se sustituye la ayuda a la producción por una ayuda en función del número de olivos, se elimina el régimen de intervención y se autoriza, excepcionalmente, la realización de contratos de almacenamiento privado. Aunque se trata de una propuesta, está claro que la dirección de la reforma de la OCM del aceite de oliva no hace más que confirmar la mayor liberalización del sector. Es más, aunque la OCM quedase como está en este momento —cosa poco probable—, el hecho de no aumentar la Cantidad Máxima Garantizada cuando se están plantando miles de hectáreas de olivar, es ya, en sí misma, una medida que redundará en menos ayudas para los olivareros.

En este contexto, creemos que si los productores de aceites de oliva no integran en sus actividades la comercialización del aceite de oliva virgen, de forma inmediata, correrán el riesgo de perder capacidad competitiva en el futuro. La estrategia del sector productor no ha de ser de supervivencia sino de adaptación ofensiva, englobando el conjunto de los aspectos productivos y comerciales.

A nuestro juicio, el que las pequeñas y medianas empresas oleícolas puedan tener un mayor protagonismo en las fases posteriores a la de producción de aceites de oliva vírgenes, sin necesidad de acudir a las fuertes inversiones necesarias para un buen refinado, pasa por el aumento de la cuota de mercado de los aceites de oliva vírgenes, en el mercado nacional, a

corto y medio plazo. Hace unos años, no era viable pensar en esta posibilidad, debido a que la mayor parte de los aceites vírgenes que se obtenían no reunían las características necesarias para consumirse tal y como se habían extraído y, en consecuencia, el refinado era necesario. Esta situación ha cambiado. En la actualidad, se obtienen importantes cantidades de aceites de oliva vírgenes de calidad y, en el futuro, estos volúmenes serán aún mayores, en función de la mayor concienciación del sector productor respecto a la necesaria mejora en la calidad de los aceites, auspiciada, en buena parte, por las recomendaciones que desde las distintas Administraciones y organismos relacionados con el sector oleícola se vienen difundiendo.

Obviamente, el mayor poder de negociación en el mercado y la mayor participación en el mismo irá en consonancia con el grado de asociacionismo de tipo horizontal y/o vertical que el conjunto de las entidades actuales, tanto de carácter asociativo como industrial, sean capaces de alcanzar<sup>4</sup>.

En este contexto, el trabajo de investigación que hemos realizado trata de poner de manifiesto las posibilidades de crecimiento de la demanda de los aceites vírgenes en el mercado nacional. Nuestro problema a investigar se circunscribe, por lo tanto, al ámbito de la demanda y puede formularse con las siguientes preguntas: ¿es posible un incremento de la demanda de aceites de

---

<sup>4</sup> La concentración de la oferta es un requisito indispensable para poder emprender acciones comerciales de cierta envergadura, lo que supondría, en el ámbito cooperativo, hacerlo a niveles superiores al de las cooperativas de segundo grado.

Otra posibilidad, no incompatible con la anterior, es la de la integración mediante acuerdos o contratos-tipo, entre los productores, el sector industrial-envasador y los distribuidores, al objeto de introducir los aceites vírgenes en los distintos mercados. Así, la Dirección General de Política Alimentaria del MAPA homologó un contrato tipo, a principios de los noventa, donde 24 cooperativas de Granada decidieron ser partícipes del capital de una sociedad comercial en la que entraron entidades financieras y comerciales. Se crea, por tanto, una sociedad anónima con participación de la distribución, se gerencia como sociedad anónima y, a partir de ahí, con el contrato homologado, se comprometen a envasar el aceite virgen que tenga calidad e introducirlo en los mercados de los propios socios de la sociedad.

oliva vírgenes en el mercado español? Si la respuesta a este interrogante es afirmativa, surge otra ¿cómo conseguirlo?

El objetivo o fin último de nuestra investigación consiste en dar respuesta a las preguntas antes planteadas. Lógicamente, como cuestión previa, es necesario conocer las causas que explican el actual nivel de la demanda del aceite de oliva virgen, esto es, por qué el aceite de más calidad posee una cuota tan pequeña en el mercado español. Es obvio, que sólo conociendo las causas de esta situación, podremos descubrir las posibles estrategias de marketing para lograr un crecimiento de la demanda de este aceite.

## **1.2. ESTADO ACTUAL DE LA CUESTIÓN**

El examen de la bibliografía consultada nos proporcionó una visión del estado actual de la investigación sobre la demanda de aceites de oliva, que, de forma sucinta, pasamos a resumir.

En un país olivarero como España, es lógico que el sector oleícola haya sido y sea objeto de numerosos estudios relativos a las cuestiones antes citadas: calidad de los aceites de oliva y los factores que la influencian; proceso productivo; valor nutricional y terapéutico de los aceites de oliva en relación a los otros aceites vegetales comestibles; alpechín; avances tecnológicos en el sector; legislación y economía oleícola.

En el ámbito de la economía oleícola y, más concretamente, en el apartado del análisis de la demanda, los estudios que predominan son, de un lado, los de corte descriptivo, en los que se muestra cuál es la situación de la demanda de los distintos tipos de aceites de oliva en el conjunto de los aceites y grasas vegetales —estructura de la demanda— y la evolución y tendencias del consumo nacional, así como los rasgos que caracterizan la demanda y, de otro lado, aquellos otros enfoques en los que se trata de explicar el nivel de la demanda de aceites de oliva en un momento determinado y las perspectivas de evolución futura, mediante el ajuste de modelos econométricos. Estos últimos trabajos se han venido sucediendo, de una forma más o menos continuada, desde finales de los años sesenta. Así, al tra-