

EL OLIVAR

Agustín López Ontiveros

Al comenzar a escribir, otra vez, sobre el olivar después de la perspectiva general sobre el mismo tema que precede, obligatoriamente tenemos que buscar el cabo para seguir devanando el ovillo.

Sin duda, la maraña no es pequeña ni sencilla, y querríamos recordar algo de lo que se decía entonces: «La débil exigencia ecológica del olivo ha permitido en los siglos XIX y XX la subsistencia en muchos espacios andaluces poco productivos de altas densidades de población, pero espoleada aquélla por una economía agraria comercial desaforada ha contribuido a liquidar la ganadería de muchas zonas, a desencadenar una erosión antrópica "paroxismal" en pendientes abruptas cuyo alcance desconocemos y sobre todo a generalizar una agricultura marginal, cuya reconversión es, sin duda, uno de los problemas mayores de Andalucía». No cabe ninguna apostilla porque, en menos palabras, no es fácil hacer un diagnóstico más preciso.

Naturalmente, sin olvidar el pasado, nos preocupa el presente y el futuro. Ahora nuestro intento es estudiar esa agricultura marginal y cuál es su posible solución, lo que exige una disección previa, es decir, se trata de deslindar la parcela y separar dentro del olivar, cuál es el productivo y cuál es el improductivo. Desde ya, queremos dejar claro que nuestro primer empeño es clarificar el panorama de los «mil olivares de Andalucía» y no del olivar andaluz que es una categoría que no existe y sólo es útil para navegantes con el viento a favor ó pescadores en río revuelto.

El problema es hondo, como bien se explicitaba en el texto anterior: «Por tanto cuando nuestros campesinos protagonicen el “boom” olivarero del siglo XIX y XX y cuando resistan a su abandono en el momento actual consienten y disienten, respectivamente, nada menos que con toda su historia agraria, lo cual es difícilmente cuantificable pero sin duda real.» No es fácil ignorar o abdicar de toda la «historia agraria» y, he aquí, el freno más importante para enfilar el camino recto que dé salida a la crisis. Se podría decir que el olivar no es el problema porque, en última instancia, es una realidad física y extrínseca cuya transformación es posible. El problema es el olivarero, un hombre ligado por siglos de historia a «sus árboles», en medio de un ciclón si se atiende a las frías cifras de la rentabilidad económica pero cuya idiosincrasia —fruto de su historia— le dicta una norma de comportamiento elemental: «después de mí el diluvio, pero yo resisto hasta el final».

Es preciso a toda costa cambiar el rumbo, no es tiempo de héroes, pero sí de una cirugía profunda que modifique la estructura productiva. A un problema grande y antiguo se responde con imaginación, con una solución nueva y distinta, o el diluvio que puede arrasarlo pero nada más.

I. LAS CAUSAS DE LA CRISIS

No cabe ningún prólogo y se trata de ir al detalle en seguida.

Para evitar la reiteración en las citas, salvo indicación en contrario, todos los datos proceden de López Ontiveros (1978 y 1979).

El coste

No se descubre nada nuevo, si se afirma que el olivar necesita mucha mano de obra, del orden del 70 al 80 por 100 del coste total en el año 1978. También se sabe que la mayor parte de esta producción se emplea en la recolección y lógicamente conforme se han elevado los jornales, el coste ha hecho lo propio.

Si se define la paridad, como el porcentaje que supone el

precio percibido por la aceituna sobre el salario pagado por la recolección, se obtienen las siguientes cifras:

PARIDAD

<i>Año</i>	<i>Valor absoluto</i>	<i>Indice</i>
1953	9,5	1,00
1960	9,2	0,97
1970	3,8	0,40
1978	2,2	0,23

No hay duda que los jornales baratos terminan en el año sesenta, a partir de entonces se rompe el equilibrio, y los salarios tienen un crecimiento muy elevado, sin comparación alguna con los precios. Con certeza, podemos situar el comienzo de la crisis hacia los años sesenta.

Ahora interesa medir dos componentes importantes del deterioro de la rentabilidad, que son su intensidad y velocidad. Más que el coste en sí, lo que interesa es su relación con el ingreso, tal como he hecho antes con el salario:

RELACION ENTRE EL INGRESO Y EL COSTE POR HECTAREA

	<i>Aumento del coste *</i>	
	<i>Trabajo</i>	<i>Total</i>
1963-1967		
Grado de mecanización:		
1.....	97	145
2.....	73	115
3.....	73	112
1959-1978		
Sierra pendiente fuerte	300	355
Sierra pendiente media	217	305
Campaña envejecido	206	298
Campaña edad media	142	205

* Incremento del ingreso = 100.

Antes de cualquier comentario hay que decir que los años del 63-67 corresponden al ya clásico texto sobre la evolución de la agricultura española de Naredo. Los grados de mecanización se corresponden con bastante aproximación a nuestra hipótesis de olivar de sierra y campiña.

No hay que elucubrar ni refinar el razonamiento ante la contundencia de las cifras: primero, si un olivarero cualesquiera aumentó sus ingresos en 100 pesetas, gastó sólo en trabajo de 150 a 300 y en total de 200 a 350 pesetas; segundo, se observa una mayor intensidad de la depresión de la rentabilidad en las zonas de sierra y en olivar viejo, como era de esperar; tercero, si se considera la evolución del 74 al 78, los porcentajes de aumento de los costes varían entre el 200 y el 500 por 100, lo que quiere decir que el plano inclinado aumenta su pendiente cada año que pasa, hecho que se confirma también por las diferencias entre 63-67 y el 59-78.

La conclusión es elemental: el olivarero vive mal y cada día peor y se advierte, o no se debe olvidar, una importante diferencia de cualidad en el sentido que la situación del olivarero pequeño y mediano, sobre todo en las zonas poco productivas, será doblemente crítica.

Allá «en las fragosidades de todas las sierras y en los vericuetos de todas las lomas, allí está el olivo, que para subsistir y ofrecer una parca cosecha “vecera” sólo requiere algún que otro aricado y una tala de vez en cuando». Aquí, como describe el autor que nos precede, comienza el olivar marginal que hoy se extiende como una mancha de aceite a las zonas llanas y, aún, a las campiñas.

Por último, otros datos nos sirven para cuantificar el problema. En función del coste estimado para el año 1978, el umbral de rentabilidad o el punto muerto —donde se igualan gastos e ingresos— sería de 2.500 kilos en la campiña (edad media) y de 1.900 en la sierra (pendiente fuerte). Si la media nacional de rendimiento, para el quinquenio 71-75 sólo llega a rozar los 1.000 kilogramos, se comprende que la distancia casi se puede medir en años luz.

El cultivo social

A pesar de la crisis que ya se ha documentado en uno de sus aspectos, el olivar se utiliza como tabla de salvación para el problema de paro. Si hay tanto desempleo, como es posible prescindir del olivar, se ha de mantener al precio o al coste que sea para paliar el mal crónico de nuestra región. Así, interesadamente o no, se expresan muchos obreros, agricultores y hasta políticos, expertos y economistas.

EL TRABAJO QUE DA EL OLIVAR EN ANDALUCIA

Las labores (nueve meses)

Olivarero pequeño	10 % del tiempo disponible
(labranza por cuenta propia)	
Olivarero mediano	39 % del tiempo disponible
(labranza por cuenta propia)	
Olivarero grande	1,1 jornales fijos
(labranza por cuenta ajena)	

La recolección (tres meses)

Recolección por cuenta de terceros	Un destajo de cuarenta y cuatro a cincuenta y cinco días.
------------------------------------	---

Naturalmente, se trata de cifras medias que en una provincia típicamente olivarera como Jaén se elevan algo. En cuanto a la recolección, se ha de tener en cuenta que la mayoría de la aceituna —un 60 por 100— se recoge directamente por los olivaderos pequeños y medianos, y el resto —el 40 por 100— es el que procura un destajo de 44 a 55 días no sólo a los obreros parados, sino a una proporción —las dos terceras partes— de los olivaderos pequeños.

En resumen, se puede decir que el olivadero pequeño trabaja un 10 por 100 de su tiempo en nueve meses y un mes durante la recolección, el mediano ocupa el 40 por 100 o como mucho la mitad —cuatro meses y medio de nueve— y dos meses en la época de recolección y, por último, el jornalero

eventual puede trabajar un mes y medio o dos en el mejor de los casos. Eso es todo, además de unos 5.500 o 6.000 obreros fijos que necesitan las grandes fincas, en toda Andalucía, para la labranza.

No se puede, en modo alguno, adjudicar la hipoteca del paro agrario en Andalucía exclusivamente al olivar: primero, porque da poco trabajo y realmente, lo que produce es el paro encubierto y el subempleo de unos cuantos miles de pequeños y medianos olivares; segundo, porque, en base a las cifras de ingreso y coste, no se puede mantener en pérdida a muchas explotaciones olivares para seguir adelante con el pesado fardo del paro andaluz que no se soluciona naturalmente conservando, a trancas y barrancas, un olivar viejo e improductivo; tercero y último, la hipoteca o la letra de desempleo agrario se debe endosar a toda la economía y agricultura andaluza y no sólo el olivar.

El precio

Posiblemente no hay palabra que se asocie y se repita más cuando se habla del olivar. Los productos del campo no valen dinero es una frase que va de boca en boca y las palabras como las personas se gastan, lo que puede ser una reivindicación justa, se vuelve murmullo que sube de tono y termina en cacareo, que es un lenguaje ininteligible para los humanos y estamos en plena ceremonia de la confusión que es una especie que ha prodigado, con creces, un sindicato ahormado y manipulado como fue el vertical de la época histórica pasada. Hoy, los restos del anterior sindicalismo todavía son muy fuertes en el campo andaluz —seamos sensatos y objetivos— y más aún, en el olivar y, es claro, que ha disminuido poco lo que podíamos calificar como «el baile de los precios».

¿Cuál es o cuál puede ser un precio objetivo del aceite de oliva? No existe y decir lo contrario es un puro y simple engaño, porque hay también mil precios que se corresponden con los mil olivares de España y de Andalucía. ¿Dónde está la clave de esta variedad y multiplicidad?: es muy simple, no se le

escapa a ningún olivarero o a cualquier observador, y para mayor claridad y nitidez utilizamos las cifras:

*COSTE DE RECOLECCION DE LA ACEITUNA **

<i>Rendimiento árbol (kg)</i>	<i>1960 (%)</i>	<i>1978 (%)</i>
5	20,6	86,8
15	11,1	46,9
30	8,4	36,0
60	6,9	29,3

* Media nacional por kilo; valor de la producción = 100.

Se pueden deducir algunas conclusiones:

1.º Los números miden la importancia de la recolección en el olivar y se confirma, por otra vía, el gran salto del coste de producción que ya hemos estudiado.

2.º La diferencia de coste es mayúscula, a saber, en el 1978 un 57,5 por 100 del valor del kilogramo de aceituna entre un olivar con un rendimiento de 5 y otro de 70 kilos. El valor del que se habla es el percibido por el agricultor.

3.º Si el precio del aceite de oliva es igual, eso significa ruina para unos y riqueza para otros, porque no es posible por esmerado que sea el cultivador de alto rendimiento que el mayor coste de las otras labores absorba el indicado 57,5 por 100.

4.º La cuestión es todavía más irregular y complicada, en el sentido que el mismo olivar y el mismo olivarero, por la conocida vecería de este árbol y por el correr del calendario, un año está en los 15 kilos y al siguiente en los 60, o viceversa.

No hay ninguna duda que las rentas de situación y dimensión existen en este cultivo, porque hasta las características biológicas inciden en esta línea y naturalmente, la política de precios, químicamente pura, tal como se ha practicado hasta ahora le da carta de naturaleza a este fenómeno, injusto y discriminatorio desde todo punto de vista.

El precio al agricultor

El problema último y esencial del olivarero, como el de cualquier agricultor, no es el precio, lo esencial es obtener una renta de su explotación que le permita vivir decorosamente. La clave de cualquier empresa es conjugar dos elementos esenciales: de una parte generar una masa suficiente de ingresos y de otra poseer una estructura racional de sus costes y, sólo así, es posible obtener un excedente que retribuya a los factores de producción.

El motor del sistema es la inversión que debe poner a punto la estructura productiva y la de costes para que sea eficiente el uso de los factores. Sin duda, al lector le puede resultar irónico que nos expresemos en estos términos, cuando nuestra empresa —el olivar andaluz— está amenazada de ruina, pero aquí nace la paradoja, y debemos seguir el esquema teórico, justo para llegar a la raíz del mal. Se puede añadir que el primer anillo de la cadena es la generación de recursos, es decir, obtener una suficiente masa de ingresos porque si no hay dinero, no hay posibilidad alguna, ni capacidad de maniobra. Después se debe actuar con racionalidad y adecuar la estructura de los costes.

EL INGRESO DEL OLIVAR Y OTROS CULTIVOS *

	1956-1960	1971-1975
Girasol	103	92
Trigo	149	102
Remolacha	655	499
Patata	680	667
Tomate	2.092	2.448
Manzana	822	1.129
Naranja	1.661	813

* Media nacional por hectárea; olivar en cada quinquenio = 100.

No cabe duda de que el olivar es un cultivo muy poco intensivo en el sentido que da pocas pesetas por hectárea si se compara con las plantas de gran cultivo —trigo o remolacha—,

mucho más con las hortalizas o frutas, y sólo el girasol se coloca al nivel del olivar.

No es momento de entrar en el análisis de rentabilidad de cada cultivo y no se debe entender que el beneficio está en relación directa con la cuantía del ingreso. En cualquier caso, hay cosas elementales que no necesitan ninguna cifra más, por ejemplo, es claro que si el trigo da un ingreso más elevado y su coste de producción es inferior al del olivar, lógicamente es un cultivo más rentable.

Si nos centramos en el caso del olivar hay que aclarar ¿por qué el ingreso es tan bajo? La respuesta sólo puede venir por los dos multiplicandos del ingreso, es decir, o es bajo el precio, o sucede lo propio con el rendimiento, o ambos factores inciden al mismo tiempo.

PRECIOS PERCIBIDOS POR EL AGRICULTOR *

	1971	1975
Aceituna	2,3	4,6
Aceite de oliva	3,1	6,6
Girasol	2,7	3,8
Trigo	1,6	2,3
Remolacha	2,4	4,2
Patata	2,6	5,1
Tomate	2,6	5,0
Manzana	2,4	3,2
Naranja	2,3	2,9

*Media nacional; año 1956 = 1,0.

Los resultados son inequívocos, no se puede decir que la causa de la mala posición del olivar, desde el punto de vista del ingreso, sea el precio. Al contrario ha subido, en proporción, más que para ningún otro producto y sólo las hortalizas —patata y tomate— tienen un aumento igual o parecido.

COSECHA POR HECTAREA *

	1956-1960	1971-1975	Aumento (%)
Olivar	834	988	18
Girasol	470	670	43
Trigo	1.000	1.410	41
Remolacha	24.200	29.300	21
Patata	11.400	13.400	18
Tomate	21.200	28.000	32
Manzana	5.200	12.000	131
Naranja	14.000	15.200	9

* Media nacional (kg).

Hemos llegado a un punto importante. Aquí está el filo de la navaja, el olivo es un cultivo atrasado y sigue tal como estaba hace quince o veinte años, y hasta siglos si se excluye la mecanización de las labores.

El insignificante dieciocho por ciento contrasta con la innovación tecnológica de la fruticultura, por ejemplo, en la manzana se ha dado un gigantesco paso adelante. Tampoco se olvide que el valor absoluto del olivar es el más bajo, salvo el del girasol, y el nueve por ciento de la naranja es algo importante al nivel de las catorce toneladas y no es nada, o casi nada, un porcentaje sobre una cifra inferior a los mil kilos.

El precio no es la causa del problema, la raíz del mal es el atraso técnico que inevitablemente provoca un rendimiento bajo por hectárea. La gravedad del caso radica en que hay un peso muerto muy grande que ya no es recuperable. Si el umbral de rentabilidad se sitúa hoy en los dos mil kilogramos por hectárea, se deduce que es imposible llevar la media nacional a ese tope. Sólo es factible, pagando el precio del abandono de la mitad a la tercera parte de la superficie cultivada.

El precio al consumo

El panorama no varía demasiado si se avanza en el canal comercial porque se sigue comprobando que el aceite de oliva ha incrementado bastante su precio, siempre en términos relativos.

INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR *

	1970	1977
Aceites	249	574
Oliva andaluz	263	654
Oliva Tarragona	277	641
Importación	217	378
Carnes	230	516
Hortalizas	286	627
Bebidas	244	841
Alimentación	229	502
Indice general	204	456

* Media nacional; año 1955 = 100.

En la segunda columna sólo las bebidas superan al aceite de oliva, se acercan las hortalizas y un grupo importante, como la carne, ha elevado menos su precio, así como el capítulo de la alimentación y el índice general de precios al por mayor. En resumen, el aceite de oliva en los últimos veinticinco años ha tenido un aumento superior a la media, en su índice de precio.

Aún queda un cabo suelto porque se habla de índices y se puede objetar que el precio inicial, allá en los años cincuenta y cinco, era muy bajo en términos absolutos y las subidas han resuelto poco o nada y, en ese caso, sería cierta la afirmación anterior que decía: «la fijación del precio de aceite por parte del Estado en la postguerra a niveles más bajos que los medios del mercado internacional con el consiguiente beneficio para exportadores y ninguno para los olivaresos.»

No creemos que sea correcta esta apreciación, por varias razones y, antes que nada, nos parece una excesiva simplificación del problema. Veamos los detalles, dividiendo el tiempo en dos períodos históricos bien definidos:

1.º) Del final de la guerra hasta el 60

En estos años, la opción del aceite de oliva barato se ha de inscribir en el contexto de la política autárquica, porque el pan y el aceite fueron alimentos esenciales en la lucha contra el hambre que fue bastante desigual y tuvo enormes costes de toda índole.

En esta época, creemos que se puede decir lo contrario, esto es, el olivarero obtuvo beneficios sustanciosos de su olivar. No olvidemos nunca la medida, el grande o el de Jaén recibiría más y menos el pequeño o el de Cáceres. En los años cuarenta y cincuenta se puede hablar de una segunda época dorada del olivar, después de los años treinta, porque hay muchos elementos a favor, entre ellos los jornales baratos y el aceite de oliva apreciadísimo hasta el extremo del «estraperlo» que dio dividendos extras a quien se decidió a practicarlo, y mucho más a quien contó con el favor oficial.

¿El exportador obtuvo más beneficios? De entrada, es conocida la caída de la exportación en la década del 40 y el 50 porque se había de atender prioritariamente al mercado interior y cualquier comerciante, si no vende a precio de oro, disminuye sus beneficios si sucede lo propio con sus ventas.

2.º) Del 60 hasta hoy

Es cierto que, en el 59, se liberalizó la economía y se inició un período de crecimiento. Sin embargo, el aceite de oliva siguió sujeto al sistema de regulación de precios y, con todo, la exportación creció bastante.

¿No es este el período en el que no recibe beneficios el olivarero, y sí el exportador?; ¿hubiese sido aconsejable la libertad de comercio?: sí y no. La respuesta positiva pudo significar un aumento del precio percibido por el agricultor conforme aumentaba el coste, en la medida en que las organizaciones de agricultores hubieran sido capaces —cosa dusada— de defender sus intereses, frente a otros grupos. Si de intereses se trata, no se pueden ignorar los del consumidor y se ha de tener en cuenta que un incremento de los precios, todavía mayor que el registrado, habría agudizado la tendencia a sustituir el aceite de oliva por los vegetales.

Convendría recordar el hecho histórico que un año de libertad de precio —del 30 de octubre del 74 al 75— produjo una contracción del treinta por ciento de la demanda del aceite de oliva.

La política olivarera, desde el 60, ha escogido la vía intermedia. Se ha intentado moderar la subida de los precios, aligerar tensiones en el mercado que siempre se producen por la variabilidad de las cosechas, lo que ha obligado a mantener «stocks», y a maniobrar con la producción e importación de oleaginosas y con la exportación de aceite de oliva. El saldo es muy desigual y sobre todo muy pobre, porque la política comercial no se ha acompañado de una política de estructuras y, en la estrecha parcela de la regulación del mercado, no se hubiera podido hacer mucho más.

Lo que no se puede negar es que el aceite de oliva es más caro cada día. Por ejemplo:

RELACION DE PRECIOS

	<i>Oliva mayor *</i>	<i>Oliva refinado **</i>
1960	1,1	—
1965	1,7	1,6
1970	1,4	1,8
1976	2,6	—
1977	—	2,0

* Vegetal importado = 1,0.

** Soja refinado = 1,0.

Concluimos el epígrafe de precios con estos datos que nos serán útiles para continuar el análisis.

El consumo

Un hecho adquirido que no admite discusión es el aumento del consumo y el cambio cualitativo que se ha producido en la época de crecimiento económico que se extiende desde la libera-

lización, hasta el comienzo de la crisis energética. Los alimentos han perdido importancia frente a otros capítulos del gasto y la dieta de los españoles se ha modificado radicalmente.

El cambio de la estructura del consumo en lo que se refiere al aceite de oliva ha supuesto una modificación esencial de la que el olivarero debe tomar buena nota. El aceite de oliva en la postguerra, hasta el sesenta, fue un alimento básico junto a los cereales y las leguminosas, en el contexto de una dieta de subsistencia basada en los hidratos de carbono y las grasas. A partir de esa fecha, mejora la calidad de la cesta de la compra, se toman más carnes, frutas, hortalizas y el aceite ha pasado a ser un condimento que es esencial para el gusto como la sal, pero no un componente básico de una dieta más rica, variada y racional.

Hoy, como siempre, el estómago de los españoles tiene un límite, antes el pan y el aceite ocupaban un lugar de primera fila y, en la actualidad, no es imaginable aumentar el consumo de aceite de oliva porque ello supondría aumentar el consumo de ensalada, fritos y guisos y, ya lo hemos dicho, hay un tope fisiológico. Otra creencia falsa y muy extendida, sobre todo entre los olivareros andaluces, se refiere a la gran calidad del aceite de oliva y a que se trata de algo inapreciable: ¡Como el aceite de oliva no hay nada! No es oro todo lo que reluce y ni aun a todos los españoles, les sucede como a los jiennenses o cordobeses. Les puede gustar el aceite de oliva pero no hasta ese extremo porque además su cocina, cualquiera que sea, no es tan consumidora de aceite como la andaluza.

Aquí viene el problema importante: aceite cualquiera que sea. No podemos ignorar que el oliva tiene muchos y fáciles sustitutos, y veamos que ha sucedido a lo largo del tiempo:

**EL CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA
Y DE SEMILLAS**

	<i>Oliva</i> (%)	<i>Semillas</i> (%)
Consumo por familia *		
1964	97	3
1970	87	13
1973	79	21
Consumo total **		
Media 1965-1970	63	37
Media 1975-1978	52	48

* Instituto Nacional de Estadística.

** Sindicato nacional del Olivo.

La batalla la pierde el oliva, como se ve, porque frente a la estantería de la tienda la diferencia de precio pesa más que la «mayor calidad» del oliva. No admitir este hecho es seguir la política del avestruz que se niega a ver la evidencia. Naturalmente se han de aclarar las cifras, cuando al consumo familiar se suma el de hoteles, hospitales, cafeterías, etc... para obtener el total, suben las semillas, lo que comprueba algo que se experimenta cada día, fuera de casa rara vez nos sirven oliva. La desbandada hacia las semillas sería ya un auténtico hundimiento si los precios se hubieran forzado más todavía.

El comercio

Aquí hay un problema grave e importante del que se habla menos y convendría airearlo mucho más porque también se refiere a la estructura —ahora a la del mercado— que, ya se sabe, es más difícil de modificar que el correspondiente decreto anual de campaña.

¿Cuál es el problema?: la existencia de un elevado grado de oligopolio en el sector, es decir, que, tal como enuncia la teoría, hay un pequeño número de grandes vendedores.

CUOTA DEL MERCADO INTERIOR DE LOS GRANDES COMERCIANTES *

	1973	1977
Carbonell	15	21
Elosúa	11	12
Koipe	11	13
Uteco Jaén	5	15
Moreno	8	3
Salgado	5	7
Ibarra	4	2
Total	61	73

* Tanto por ciento.

Si se acepta la barrera del setenta por ciento que establece algún autor, se puede hablar de un oligopolio concentrado porque se supera esta cifra. Para ser rigurosos y objetivos, se ha subrayado que los anteriores datos se han extraído de las listas de empresas de Fomento de la Producción, donde se censan una media anual de veinte empresas del sector y se excluye el grupo de medianas y pequeñas. O sea, se habría de rebajar la calificación a moderadamente concentrado, teniendo en cuenta la incidencia de estas empresas que, por desgracia, no podemos cuantificar. También hay casos, por ejemplo Carbonell y la misma Uteco Jaén, por citar alguno, donde la facturación incluye otros productos que no son aceite de oliva, aunque este sea la principal fuente de ingresos. Otra vez no es posible subsanar esta fuente de error porque las pesetas no tienen ningún color para distinguirlas.

CUOTA DEL MERCADO EXTERIOR DE LOS GRANDES EXPORTADORES *

Grupo Carbonell	18
Acacesa	12
Hispanoliva (Moreno)	10
Exportadora Continental (Salgado)	9
Establecimientos Moro	8
Grupo Olivesa-Oilex	6
Minerva	6
Grupo Cooperativo	5
Total	74

* Tanto por ciento; media = 1971-1975.

En la exportación no hay ninguna duda, el grado de oligopolio existe sin ningún paliativo porque las cifras anteriores se han calculado sobre el censo total, teniendo en cuenta las relaciones existentes entre las distintas empresas.

Ahora sabemos cuál es la estructura del mercado pero se han de responder dos cuestiones esenciales:

1.º) ¿Por qué se ha producido la concentración?

La respuesta es elemental según la teoría marxista que transcribimos de un texto clásico: «La concentración de fondos disponibles para las inversiones en un pequeño número de bancos, en el momento en que la industria tiene una necesidad acuciante de fondos para aprovechar la considerable expansión de los negocios, se convierte en uno de los principales motores de la concentración industrial».

El caso de Carbonell y Cía. es un paradigma de la teoría, esto es, para aprovechar la expansión del sector de la alimentación, el abundante capital que ha sido necesario, se ha aportado por el Grupo Urquijo-Hispano, provocando como resultado final el aumento de la concentración por absorción de pequeñas empresas, por fusión entre iguales o por participación en otras de mayor dimensión. El grupo Carbonell ha crecido en los años setenta y hoy tiene el control de conocidas empresas como Fontoil, Olivarera Andaluza y Sotoliva en el sector aceitero y la

lista sigue hasta veinticinco, casi todas en el grupo de alimentación. Otros bancos —lo que confirma la tesis—, por ejemplo, el mismo Hispano está próximo a Salgado, el Industrial de León a Elosúa, el Industrial de Bilbao a Koipe, etcétera. Por último, cualquier texto de estructura económica comprueba que, en España, existe un grupo reducido de grandes bancos.

2.º) *¿Tiene ventajas la concentración?*

La polémica teórica es larga y naturalmente se pueden aducir muchas razones en uno y otro sentido. Nuestra posición, en línea con las opciones de política económica explicitadas en el capítulo de la planificación, es clara: la reducción de la concentración se debe favorecer en el campo político, aunque no existan poderosos motivos económicos.

A nivel teórico el comportamiento del oligopolio no puede ser otro que la connivencia en sus diversos grados o la rivalidad abierta. No hay ningún dato que permita afirmar la existencia de una guerra comercial declarada en el sector, luego por exclusión sólo se puede concluir que existe una colusión efectiva, tácita, expresa —perfecta o imperfecta—, o una situación en la que se sigue una política conservadora y segura, para evitar las reacciones del oponente. Se ha de recordar que colusión es sinónimo de connivencia y su significado preciso es: «ponerse de acuerdo dos o más personas sobre un negocio en que no son ellas solas las interesadas.»

¿Existen otras partes en el negocio?: naturalmente, los agricultores y sus cooperativas.

LA PRODUCCION DE ACEITE DE OLIVA DE LAS COOPERATIVAS *

Jaén	69
Córdoba	61
Sevilla	72
Málaga	77
Granada	44
Media	66

* Tanto por ciento sobre el total provincial.

La presencia es muy significativa, nada menos que las dos terceras partes del aceite producido en Andalucía pero con una importante reserva. No se piense que eso significa un control de la oferta porque cada cooperativa funciona a su aire y sólo Uteco de Jaén es una realidad a imitar, en el sentido de ir algo más allá de la molturación de la aceituna de sus socios.

Se ha producido una curiosa división del trabajo, esto es, a los agricultores y sus empresas cooperativas le corresponde la fase más difícil del proceso de comercialización, a saber: la colección del producto disperso, la primera transformación y la financiación del almacenamiento del aceite de oliva que es cada día más cara por la pesadez del mercado. Por el otro lado, el comerciante corre con el envasado y la distribución.

Realmente el grado de agregación de las fuerzas, la capacidad de organización y, en última instancia, el poder de negociación es tan diferente entre los dos subsectores a nivel cuantitativo y cualitativo que, ya se sabe, hacia dónde se inclina la balanza.

Aquí hay un problema grave: si en un sector de la economía coexisten dos regímenes de mercado —uno oligopolista y otro de libre competencia— se produce una atracción y una transferencia de las ganancias y del ahorro interno de las empresas del segundo al primero y, en este último, una elevación de los precios en relación a sus costes. La situación es estable merced a los grandes capitales que se exigen, a los que sólo acceden las grandes empresas porque están directa y estrechamente vinculadas a los bancos, como hemos probado en nuestro caso.

Este es el nudo gordiano del olivar y de la agricultura. Si no se reduce el grado de oligopolio que le rodea por los factores y por los productos, es difícil y sinuoso el presente y el futuro. Se ha de recordar —hablamos por boca de un autor americano— que «las direcciones de las grandes corporaciones ejercen una desproporcionada influencia en las elecciones políticas por medio de sus contribuciones a las campañas electorales, sobre la legislación, a través de sus bien subvencionadas camarillas, y sobre la política reguladora gubernamental, como sucede al rodear a las autoridades administrativas de equipos de personas que simpatizan con sus intereses particulares».

La realidad es así —no nos engañemos—, otra cosa será que los hechos se hayan probado a la luz del día o no, o que haya

suficientes medios legales para hacerlo. Otra cosa es cierta, se ha de transformar esta realidad.

El complejo oleícola-ganadero

A estas alturas no se puede dudar que la solución del problema del olivar español y andaluz es difícil. Sin embargo, si el olivar estuviese en una isla, separado del resto de la agricultura y ganadería, nos atreveríamos a decir que la solución sería simple y sencilla. Puede extrañar esta afirmación pero creemos que es cierta. Veamos por qué.

Hace un momento se aludía al cambio sustancial —cuantitativo y cualitativo— que se ha realizado en el consumo y en la dieta de los españoles en los años sesenta. La oferta interna o exterior ha debido satisfacer estas necesidades. Por ejemplo:

EL AUMENTO DE PRODUCCION DE PIENSOS, CARNES Y OTROS PRODUCTOS *

Producción nacional			
Cebada	3,00	Carne de cerdo	2,25
Maíz	1,50	Carne de pollo	5,50
		Leche de vaca	1,75
		Huevos	2,00
Importación			
	Soja		13
	Maíz		7

* Media 1975-1976; ídem 1960-1974 = 1,0.

Se ha escogido la media de varios años para que la comparación sea más representativa, evitando las variaciones accidentales. El incremento de la producción de carnes y productos ganaderos —en esencia de proteínas— no es sino la consecuencia del movimiento paralelo observado en el consumo.

La cuestión esencial es: ¿cómo se han producido las proteínas? La respuesta se deduce de las primeras cifras y se puede

resumir en un sencillo lema, es decir, se ganó la batalla de la cebada y se perdieron dos, la del maíz y la de la soja.

No se exagera, si se califica como pobre o malo el resultado. Además, no se entiende cómo o por qué se perdió, por ejemplo, la batalla del maíz cuando existen dos grandes valles —el del Ebro y el Guadalquivir— con una vocación natural para ese cultivo. Tampoco se explica por qué no se han desarrollado las leguminosas nacionales como fuente alternativa de proteínas y por qué no se ha avanzado más rápido en la aclimatación de la soja.

La causa última es que nuestro desarrollo ganadero es un modelo importado por las multinacionales que han sido beligerantes en las citadas batallas y, hoy por hoy, la ventaja es suya.

LOS SEIS GRANDES DE LA SOJA EN ESPAÑA

	Cuota de mercado *		Capital extranjero *
	1972	1977	
Cía. Industrial y de Abasteci- mientos	38,0	35,0	50
Aceiterías Reunidas de Levante y asociados	26,0	21,0	71
Aceites y Proteínas, S. A. y asociados	18,0	22,0	5 a 10
Sociedad Ibérica de Molturación	6,0	7,5	50
Koipe y Elosua	7,5	4,5	—
Productora General de Aceites y asociados	4,5	10,0	—
	100,0	100,0	

* Tanto por ciento.

Cuando se habla de asociados, nos referimos a otras empresas del grupo, de las que sólo se cita la matriz o la más importante. Por otro lado, también para aclarar el significado de la cuota de mercado, se ha de saber que el volumen total de ventas

fue dieciocho mil quinientos millones de pesetas en el 72 y cerca de cincuenta y nueve mil en el 77. O sea, no es pequeño negocio el que gira alrededor de la extracción de las semillas vegetales, principalmente la soja que significó, en el quinquenio 72-76, el 81 por 100 del total de la molturación.

Estos son los datos objetivos, amén de la presencia del capital extranjero que, con una alta participación, alcanza a casi todas las empresas. La penetración foránea, como hemos probado en otro sitio, no para aquí y se extiende también a los gigantes del sector de los piensos compuestos que están íntimamente ligados a la extracción, porque no se puede olvidar que la harina de soja tiene algo más del cuarenta por ciento de proteínas, por lo cual es un componente esencial para la fabricación de concentrados. El círculo se cierra con las grandes empresas dedicadas a la importación que son las mismas para el maíz o la soja.

¿Y qué tiene que ver el aceite de oliva en este complicado entramado?: muy simple, el haba de soja contiene un dieciocho por ciento de aceite crudo y ello significa que sobre el mercado de aceites se descarga un importante volumen de soja que naturalmente compite con el de oliva, a un precio más barato y el resultado ya sabemos cuál es. Se puede decir que se invierten los términos, esto es, el orujo —el subproducto— de la soja es su aceite:

ACEITE DE SOJA DISPONIBLE EN ESPAÑA (*)

55 - 59.....	444
60 - 64.....	512
65 - 69.....	492
70 - 74.....	585
75 - 76.....	703

(*) Gramos por kilogramo de oliva.

La primera verificación es que la aparición de la soja en España es más antigua de lo que muchos imaginan y que esta opción —el aceite de soja como regulador— fue inevitable por las tensiones del mercado interior, lógica consecuencia de la

variabilidad de la producción de aceituna. Otra cosa muy discutible, y errada en nuestra opinión, es que se hiciera la opción del aceite de regulación barato, lo que significó desde entonces la erosión del gusto del consumidor por el oliva. Naturalmente, esta política fue posible por la doble aptitud del haba de soja y por la naturaleza de subproducto de su aceite.

Concluiríamos por ahora, subrayando algo simple pero importante: los cereales y leguminosas, los piensos y los aceites están ligados en una ecuación, existe un trinomio y no se puede hablar de tres incógnitas separadas o independientes.

II. LA SOLUCION DE LA CRISIS

Del diagnóstico es preciso pasar al pronóstico y al tratamiento que necesariamente ha de ser intensivo y urgente porque la gravedad de la enfermedad ya es conocida, así como el ritmo a que se acelera la crisis.

La filosofía general de la futura política en el sector tiene dos elementos claves:

1.º). Se exigen soluciones nuevas y distintas para modificar profundamente las estructuras.

2.º). Siempre —en línea con nuestra opción por la planificación— se deben integrar las partes del sistema.

Reconversión y reestructuración

Los términos no son nuevos y ya se han usado, justamente a propósito del olivar, en un conocido decreto, allá por los años 72 y 73. Lo cierto es que el contenido real, por encima de la prosa oficial, ha sido más bien escaso. La reconversión se podría decir que ha sido prácticamente desconocida, o como mucho se ha practicado de forma anárquica, allá donde el cambio por otro aprovechamiento era posible y rentable. Veamos un ejemplo: se han «reconvertido» unas cuantas miles de hectáreas en la provincia de Sevilla porque allí una vez arrancado el olivo era fácil, inmediata y rentable sus sustitución por cereal o girasol; ahora bien, poco o nada se reconvirtió en las sierras de Sevilla, Córdoba, Cádiz y Huelva donde la sustitución no es clara y donde el problema es grave en términos económicos, sociales y humanos.

Lo mismo se podría decir de la reestructuración que más valía sustituir por intensificación que es un concepto más claro e inequívoco. Los resultados tangibles es un plan de experiencias en fincas colaboradoras, muy ambicioso en sus comienzos, que se ha ido desinflando con el tiempo, si se atiende a las publicaciones a que ha dado lugar, que no son excesivas ni regulares. Si es que existen abundantes datos en los archivos oficiales, esperemos que pronto vean la luz y, ese día, rectificaremos nuestro juicio. Parece que el acento de las experiencias ha sido algo más intenso en el tema de la recolección mecanizada y hoy se puede afirmar que el vibrador no es un desconocido en el campo, aunque la adopción de esta nueva tecnología se debe apuntar mitad a la experimentación e investigación realizada y la otra mitad a la subida de los jornales que es un factor extrínseco que empuja en esta dirección. En aras de la objetividad, habría que anotar algunos cortos subsidios económicos a las fincas colaboradoras y pocos créditos por mejoras que casi siempre fueron a los que podríamos llamar «olivareros progresistas» que no necesariamente hacen del progreso su lema sino que además poseen una especial habilidad para obtener cuantas ventajas —pequeñas o grandes— le es posible, y no seremos nosotros quien le neguemos este derecho.

Sin duda, es la hora de cambiar el ritmo y la intensidad de la reestructuración porque las cifras dicen lo que sigue:

EL OLIVAR MARGINAL Y PRODUCTIVO *

	<i>Marginal</i>		<i>Productivo</i>	
	<i>Menos de kg/ha</i>	<i>1.000-1.500 kg/ha</i>	<i>1.500-2.000 kg/ha</i>	<i>Más de 2.000 kg/ha</i>
Jaén	31	30	20	19
Córdoba	36	39	9	16
Sevilla	47	27	15	11
Málaga	62	27	6	5
Granada	56	23	12	12

* Tanto por ciento del total provincial.

Sobre la base de los datos disponibles no creemos que un olivar por debajo de los mil quinientos kilos por hectárea se puede salvar, con los incrementos de costes previsibles en el próximo futuro. El hoy está claro, es decir, un olivar por debajo de mil kilos es ya marginal y a la inversa, por encima de dos mil, es productivo. El mañana es problemático y dependerá de cuál sea la política oficial. Todo el olivar entre mil y dos mil es susceptible de mejora y veremos hacia dónde cae, esto es, hacia la marginalidad o viceversa.

La reestructuración tiene tres pasos elementales:

1.º) Calificación de las zonas marginales

La confusión es hora de que acabe alguna vez porque hay elementos y métodos para hablar con precisión. Es urgente y necesario, por ejemplo, que el 36 por 100 del olivar marginal cordobés se amillare en los distintos polígonos catastrales y comarcas para que ya, como primera providencia, no pague contribución rústica.

Es obvio que en la España del 79, operación tan delicada como la que se propone, no se puede hacer sino es con la participación y el acuerdo del olivarero en comisiones «ad hoc» de calificación.

2.º) Plan técnico de aprovechamientos

Aquí tampoco se puede dar muchas vueltas al tema. A la sierra hay que devolverle su vocación que no es otra que la ganadería o como se dice insistentemente ahora, devolver la ganadería a la tierra. En la campiña, donde la marginalidad obedece al envejecimiento, o la mala calidad de la tierra, se habrá de devolver el cereal, el girasol o el algodón, o intensificar llevando el agua si es posible.

Por plan técnico de aprovechamientos no sólo se pueden entender tecnología, es preciso ampliar a otra técnica indispensable que es la jurídica. Devolver la ganadería extensiva o semiextensiva a la tierra es prácticamente imposible con el minifundio existente. Si no hay grandes cotos ganaderos no habrá productividad ni economías de escala.

3.º) *Plan financiero*

Cualquier sustitución de aprovechamientos exige inversión y capital de explotación. La regionalización del ahorro es la única vía posible, instituyendo coeficientes de inversión obligatorios para el plan de reconversión. Deuda pública para subvencionar a Hunosa es necesaria, no decimos que no, pero también la necesita el olivar.

El segundo capítulo importante es la intensificación, donde también es preciso antes que nada, responder a otras preguntas: ¿Se debe plantar nuevo olivar?; ¿sí o no?; ¿dónde y cómo? El olivarero en los últimos tiempos, a base de pérdidas ha aprendido y, es cierto, que se planta hoy menos olivar que antes. Sin embargo, todavía se ponen plantaciones intensivas donde no se debiera, o no se hacen con el material vegetal adecuado, o no se conducen en la forma debida. La técnica y la investigación tienen bastantes respuestas que dar en la línea de que el olivo es un frutal y no otra cosa, desde la selección varietal, siguiendo por la poda o el abonado hasta afinar la tecnología de las plantaciones intensivas que todavía tienen aspectos poco definidos y claros. En resumen, delimitación de las zonas del olivar intensivo y mejora de las técnicas por vía de la investigación.

Una cuestión merece unas palabras. Nos referimos a la mecanización de la recolección donde es preciso superar algunos tópicos. Hoy, con la técnica disponible, la recolección mecánica es un hecho económico que inevitablemente se impondrá, y al que se ha de añadir el rulado del ruedo del olivo y su tratamiento con herbicida. El umbral de rentabilidad, en el 75, se situaba en los veintiocho kilos por árbol, en el 73 descendió a veintidós y en los próximos años, conforme suban los jornales, seguirá bajando. La resistencia a la mecanización de la recolección en algunos ambientes sindicales, nos merecen respeto como opinión, pero no creemos que se pueda defender objetivamente porque si la solución al paro andaluz es vetar la mecanización, esto no admite límites y se debe hacer lo propio con los cereales o el algodón. El proceso tecnológico, hoy por hoy, es una componente indispensable y fundamental de cualquier sistema económico —socialista o capitalista— e ir contra él, es algo que se parece a la caza de brujas.

Política comercial

Aquí hay directrices elementales que son difíciles de cuestionar para cualquier persona o grupo de interés dentro del sector. Por ejemplo, la política de calidad, el desarrollo de las exportaciones, la adecuación de nuestra regulación a la de la CEE, etcétera.

En todos los casos, no es objetivo ni deseable seguir la vía maximalista o utilizar la táctica de la cortina de humo en el sentido que la reestructuración y reconversión son vigas maestras de la política oleícola futura que no se pueden obviar u orillar, por ejemplo, con el expediente fácil, y a veces utilizado demagógicamente, de la calidad del aceite de oliva y su antítesis que es el fraude. Sin duda, se ha de aumentar la calidad del aceite de oliva por vía de la mejora de las técnicas de cultivo e idem de la extracción y conservación. La acción debe seguir evitando el fraude en la distribución, si es que existe, lo que ya es un problema general de la calidad de la alimentación y de la defensa de los derechos del consumidor, y no específico de los aceites. El caso merece algún detalle:

1. *Política de precio*

Es elemental que, si vamos hacia la Comunidad Europea, hemos de adoptar toda su arquitectura legal, que a veces llega a ser complicada ingeniería, para regular nuestro mercado interior. O sea, precio de intervención, etcétera.

La sustancia de su política es apoyo de precios que ya se practica aquí, una defensa frente a las importaciones de terceros que hoy no tiene sentido en nuestro caso y una defensa del consumo que se une a la política de producción en el sentido que el apoyo de precios en origen se hace de forma directa al agricultor, con lo que se evita una subida exagerada del precio al consumo del aceite de oliva, se preserva algo su competitividad frente a los otros aceites y no se pasa la factura íntegra al consumidor aunque al final la pague por vía fiscal.

2. *Política de subvenciones*

En el caso del aceite de oliva el precio de apoyo está ligado a las subvenciones porque el esquema de razonamiento es el sí-

guiente: el olivar no es rentable por el aumento del coste de producción y si se eleva el precio de apoyo, se dispara el del consumo y el aceite de oliva sale fuera del mercado por la competencia de los sustitutos; una manera de salir al paso es subvencionar directamente a los productores y se evita lo peor en la estantería del supermercado.

Creemos que, con seguridad en el medio plazo y aún en el corto, hay serias restricciones a este sistema. En la hipótesis posible de nuestro ingreso en la CEE para el 83, la factura del aceite de oliva italiano y español puede crecer en espiral y acercarse a los mil millones de dólares y esto no parece que sea muy aceptable y digerible para los socios nórdicos, insulares y centroeuropeos.

Hoy la política oficial española no es clara sobre el tema. Se sigue puntando sobre la reconversión y la reestructuración más en la forma que en el fondo pero, un tanto en forma vergonzante, se espera el carro de las «subvenciones europeas».

Nuestra tesis es una sola: a medio plazo la CEE no puede con el pesado fardo del olivar; además, si se sigue así sólo se logra mantener al enfermo hibernado en la unidad de vigilancia intensiva, cuando la única solución es la cirugía —reconversión— y el tratamiento médico intensivo —reestructuración.

La última verdad —hay que leer entre líneas— es que las subvenciones aquí y en la CEE tienen una clara intención electoral para la derecha o la izquierda, según el turno de poder, si existe, o según la clientela política de esta o aquella región. La utilización de la política agraria como instrumento electoral tiene limitaciones claras e inmediatas y, con el ingreso de España, que supone un auténtico «shock» para la agricultura comunitaria, no es fácil aplazar «ad calendas graecas» los problemas estructurales, empleando inimaginables sutilezas y argucias técnicas y de todo tipo. Los fondos comunitarios de garantía y de orientación no pueden inflar sus presupuestos cada año y esta limitación —la escasez de recursos financieros— se impondrá como un hecho inevitable.

3. *Política de aumento de la exportación*

Aquí la cautela debe seguir siendo la norma y no valen las excesivas esperanzas. El aceite de oliva, o el olivar si es que se

mira a la producción, tiene dos limitaciones muy claras: una en el mercado porque no es un producto de utilidad generalizada y difícil sustitución sino al contrario en muchos países, y aún en regiones españolas, se prefiere solo por el gusto —no por el precio— otras grasas y aceites; la otra limitación es la cruz de la moneda, porque es un producto caro, en función de la tecnología disponible, y poco competitivo con las semillas oleaginosas de cultivo anual.

En función de las dos restricciones anteriores no caben espectaculares incrementos de nuestras exportaciones y creemos que el mejor mercado para nuestro aceite de oliva es el interior, donde la erosión del gusto aún se mantiene dentro de ciertos límites y actúa como corrector de la barrera del precio.

A pesar de todo, en la década del setenta se observa cierta recuperación de nuestra exportación. Por ejemplo, la media anual del 71-70 fue un 24 por 100 de la producción nacional y un 28 por 100 en el 71-76. No conviene echar las campanas al vuelo y se ha de recordar que la media del 1911-20 fue un 24 por 100 y la del 31-35 un 22 por 100. O sea, se está ganando terreno perdido después del bajón obligado por el autoabastecimiento, en los años 50 y 60.

La pregunta concreta que se debe responder es la siguiente: ¿la entrada en la Comunidad impulsará la exportación? No exageradamente por lo que antecede, pero sí algo. En función del análisis de la distribución relativa de nuestros envíos al exterior, los nuevos mercados aparecen en países del Mercado Común —más un 4 por 100— que no sean Italia, con Francia a la cabeza. En Europa del Este —más un 2 por 100— y en el resto del mundo —más un 6 por 100— con los países árabes en primer lugar. En el otro sentido, el incremento se cubre con un descenso —menos el 12 por 100— del mercado americano del norte y del sur.

Sin derechos ordenadores y dentro de la Comunidad, en el plazo medio, todo mejorará algo. Naturalmente a reserva de que exista o no un reajuste de la política olivarera común. Si lo hay en el sentido de abandonar la vía de subvención para caminar por la reforma de estructuras, no cabe duda que nuestras posibilidades son mayores porque, con todos los defectos, nuestro olivar es menos viejo y más productivo que el italiano. Si se

siguen conservando reliquias, el olivar italiano no por su productividad sino por las ayudas seguirá en liza. En cualquier caso, siempre se debe tener en cuenta la olivicultura italiana y sus grupos de presión que no harán fácil el camino.

Dos notas breves para concluir el tema; la rigidez de la oferta interna y su gran variabilidad de año en año, que sólo se puede amortiguar por el rejuvenecimiento y el progreso tecnológico, imponen también limitaciones a la política de desarrollo de la exportación. Sin duda hay déficit mundial y europeo de grasas pero aquí las oportunidades mayores son para nuestros secanos con el girasol y plantas afines, para la soja en los regadíos y poco aunque algo para nuestro futuro olivar si es que cambia.

Política de estructura del mercado

No es el caso de volver a deshojar la margarita y resucitar la polémica: oligopolio sí, oligopolio no.

Hay algunos hechos objetivos:

1. Existe el oligopolio en los aceites, en las grasas y en los piensos que constituyen un sistema productivo.

2. No se puede de un día a otro desmontar la estructura económica de un país. Los españoles hoy comen carne, no están dispuestos a prescindir de ella mañana y la carne y el aceite se producen y se comercializan por unas empresas —las que son y no las que desearíamos que fuesen— que ejercen su actividad, con arreglo a las leyes vigentes.

3. El deseo de cambio, desde la igualdad y la libertad de una democracia, no se le niega a nadie y, por ello, seguimos defendiendo la necesidad de reducir el grado de oligopolio por razones políticas y económicas.

4. No conviene desconocer el mapa político de nuestro país ni olvidar que el poder, democráticamente alcanzado, se ejerce legítimamente por una opción política de centro derecha. Y por ejemplo, nuestra Constitución —fruto del consenso— es más explícita en la defensa de la productividad que en la de la competencia en el mercado, lo que es una realidad y un síntoma a la vez.

A la vista de lo dicho, no se puede caer en la repetición mecánica del «slogan» antimonopolista ni esperar que graciosamente los grandes grupos económicos cedan ni un metro de su parcela de poder.

Hay que plantear una larga lucha política, dentro de una línea de mínimos, que debe incluir:

a) *Información sobre el grado de oligopolio*

Cuando menos que se conozca con precisión cuáles son las empresas líderes de los distintos sectores económicos y cómo oscila su cuota de mercado y que nuestro Parlamento multiplique sus comisiones informativas.

b) *Revisión de la ley de defensa de la competencia*

Es imprevisible cuándo llegará esta iniciativa legal, pero nosotros la reclamamos urgentemente en el paquete de la renovación necesaria de la normativa del viejo régimen. Consejo económico y social para la planificación y reforma de la Función Pública, etc., son instrumentos indispensables en esta vía porque, por ejemplo, la Junta de Precios en una administración más neutral puede realizar una labor que sorprendería a propios y extraños.

c) *Modernización de la comercialización asociativa.*

En el terreno específico del olivar hemos comprobado la importancia de las cooperativas, pero los agricultores han de ser conscientes que existen pecados propios y ajenos, y nadie les puede excusar de los primeros. El esfuerzo de la integración vertical y horizontal de sus cooperativas les corresponde a ellos. Después, deben exigir un plan de modernización de las cooperativas que sitúe a este colectivo de empresas en el grado de competitividad y capacidad de gestión que debieran poseer.

Naturalmente, la meta final no está próxima porque hay un problema doble, sindical y político a la vez. En la medida en que se asiente y madure un sindicalismo libre y democrático en el campo andaluz, será posible que suceda lo propio con el movimiento cooperativo que, sólo entonces, ganará en fortaleza y

cohesión. El problema político es como siempre un problema de poder, si las cooperativas se unen y adoptan una gestión moderna lograrán importantes posiciones, por ejemplo, en los canales comerciales y en los circuitos financieros, que se obtendrán a costa de quienes hoy tienen un plaza fuerte. No se descubre nada nuevo si se afirma que las grandes empresas lucharán por los medios que puedan para que el cooperativismo avance en la medida en que a ellos le sea útil y conveniente, pero nada más.

La racionalización del sistema oleícola-ganadero

El primer paso lógico que se ha de pedir en esta línea es que se traten los diversos componentes —cereales y leguminosas, piensos y grasas— como partes de un todo y no aisladamente. A nivel de estudio hay indicios en esa línea, por ejemplo, en una de las recientes campañas de regulación del aceite de oliva se encomendaba a una comisión interministerial «ad hoc» diversas tareas, entre ellas el análisis de la relación proteínas y grasas. También en la regulación de la soja del mismo año se hablaba algo así como de un plan proteínico nacional en el que se debiera evaluar las necesidades, las disponibilidades y el aprovechamiento de las proteínas para concluir con un balance.

La prosa oficial es perfecta como teoría, pero la práctica es otra y a la hora de la verdad la política agraria que se ha practicado en toda la transición política, comienza y concluye en la mesa de negociación de los precios que es la parcelación y sectorialización a ultranza, quizá por aquello de divide y vencerás.

No es posible —lo afirmamos— llegar a puerto por esta vía. Sin un plan del sistema oleícola-ganadero, en el marco de la planificación económica, y acompañado de las reformas de estructura urgentes y necesarias no se logrará ningún avance.

Se comprende, por otro lado, que la planificación es condición «sine qua non», porque no es que la crisis afecte sólo al olivar andaluz, es toda nuestra agricultura y economía la que está en crisis. Es un ejercicio inútil cambiar sólo una viga maestra de una casa en malas condiciones, es toda la estructura la que necesita una reforma a fondo, porque no se avanzará en caso

contrario y la alternativa es un empeoramiento progresivo. Además las condiciones internacionales no ofrecen ninguna tabla de salvación como en los tiempos dorados del desarrollismo tecnocrático, hoy la crisis energética se acelera y se ahonda por días. No se trata de hacer un ejercicio de catastrofismo, es la realidad, el nivel del agua sube poco a poco.

Conclusión final: planificación regional, integración de la política del sistema oleícola-ganadero y reconversión e intensificación del olivar.

