



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD

**Importancia económica y perspectivas empresariales del
sector oleícola andaluz: el caso de Oleoestepa**

Trabajo Fin de Grado presentado por **Luis Gallardo Nogales**,
siendo el tutor del mismo el profesor **Juan Antonio Martínez Román**.

Vº. Bº. del Tutor:

D. Juan Antonio Martínez Román

Alumno:

D. Luis Gallardo Nogales

Sevilla, mayo de 2018



**GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2017-2018]**

TÍTULO:

**IMPORTANCIA ECONÓMICA Y PERSPECTIVAS EMPRESARIALES DEL SECTOR
OLEÍCOLA ANDALUZ: EL CASO DE OLEOESTEPA**

AUTOR:

LUIS GALLARDO NOGALES

TUTOR:

DR. D. JUAN ANTONIO MARTÍNEZ ROMÁN

DEPARTAMENTO:

ECONOMÍA APLICADA I

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ECONOMÍA APLICADA

RESUMEN:

El siguiente trabajo consiste en la realización de un estudio y análisis económico del sector del aceite de oliva a nivel español y andaluz. Se abordan temas tan significativos como es el VAB, la producción por regiones a nivel español del aceite de oliva, principales áreas de producción de aceite a nivel mundial con sus respectivos valores, la contribución al empleo del sector agrario, la importancia que tiene el aceite de oliva para nuestra balanza de pagos y en especial a la balanza comercial ya que las exportaciones e importaciones del aceite de oliva son muy significativas tanto en relación al destino como en el precio. Además, se contará con el estudio de una empresa líder del sector olivarero como es la Sociedad Cooperativa Andaluza Oleoestepa, sobre la que se hablará de su historia y formación de la sociedad, estrategias comerciales y perspectivas futuras.

PALABRAS CLAVE:

Sector olivarero; Andalucía; cooperativa; aceite de oliva; Oleoestepa.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 2. IMPORTANCIA DEL SECTOR OLIVARERO EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA Y ANDALUZA.....	3
2.1. CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR AL PIB/PFA.....	3
2.2. CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR AL EMPLEO.....	9
2.3. CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR A LA BALANZA DE PAGOS.....	11
CAPÍTULO 3. ESTUDIO DE UNA EMPRESA LÍDER DEL SECTOR OLIVARERO ESPAÑOL: EL CASO DE OLEOESTEPA.....	19
3.1. FORMACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA.....	19
3.2. ESTRATEGIA COMPETITIVA Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	19
3.3. ÁREAS DE NEGOCIO.....	21
3.4. COLABORACIÓN CON UNIVERSIDADES.....	23
3.5. RELACIONES CON ADMINISTRACIONES PÚBLICAS.....	23
3.6. PERSPECTIVAS FUTURAS.....	24
CAPÍTULO 4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	25

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

El sector del aceite de oliva reviste una importancia notable tanto a nivel nacional como internacional. Desde su introducción en la Península Ibérica, probablemente por parte de los romanos alrededor del siglo V a.C. (Kiritsakis, 1992:306). En España el sector olivarero fue muy importante para la economía, debido a que el cultivo agrícola que más se desarrolló en la época andalusí fue el olivo. Los primeros usos de este producto no eran relacionados con el arte culinario, sino que era utilizado en gran medida para usos cosméticos, rituales religiosos y conservación de alimentos. Con el paso del tiempo se empezó a utilizar para preparar alimentos y fue así como surgió un producto verdaderamente importante en la época. En Andalucía el sector olivarero presenta su gran expansión de cultivo en los siglos XIX y XX, este fuerte incremento del olivar es debido a varios aspectos: expansión continua de la superficie plantada cuyo ritmo ha sido variable según las épocas y lugares, un carácter comercial muy importante (exportación), la presencia de mano de obra abundante y barata para la recolección, y por último una tecnología de cultivo muy limitada, ya que el olivo es una planta rústica y adaptada al medio, capaz de producir cosecha en muchos lugares (Rallo, 1987:60).

Europa posee el 67% de la producción mundial, generándose en España un tercio de toda la producción mundial de aceite de oliva debido al buen clima, buena tierra y una gran tradición olivarera. Andalucía es la región productora más importante de aceite de oliva del mundo. Dentro de esta Comunidad Autónoma española las provincias de Jaén y Córdoba llegan a producir anualmente el 64% del total del aceite de oliva español (Extenda, 2017:6). El aceite de oliva tiene una gran repercusión en la economía española. La producción del olivar repercute en gran medida en el Valor Añadido Bruto y en consecuencia en el Producto Interior Bruto tanto a nivel regional como nacional, destacar que, dentro de los 4 sectores de la economía, el sector de agricultura y pesca es el que menos aporta a la producción del país. Dicho sector ayuda al empleo en la medida de lo posible, ya que la cantidad de maquinaria que actualmente abunda en este tipo de sector hace disminuir la empleabilidad en el campo, y como consecuencia de esto tanto la población ocupada agraria, como la que se dedica a la fabricación del aceite de oliva es mínima. Además, el aceite de oliva contribuye satisfactoriamente a la balanza de pagos, este genera más exportaciones que importaciones, dicho producto se encuentra dentro del sector agroalimentario, el cuál es el tercer sector más importante en cuanto al número de empresas y el segundo en importancia en relación a la facturación.

Una empresa líder en el sector del aceite de oliva es la Sociedad Cooperativa Andaluza Oleoestepa. Empresa creada en 1986, formada por la unión de varias cooperativas de la zona de la comarca de Estepa y Sierra Sur en Sevilla, y Puente Genil en Córdoba. Gracias a esta gran unión se fueron creando servicios y actividades que individualmente eran imposibles, como por ejemplo una clara estrategia competitiva y estructura organizativa, áreas de negocio cada vez más internacionalizadas con ventas en todo el mundo, relaciones y colaboraciones con diferentes administraciones y universidades, y por último unas perspectivas futuras a gran escala.

CAPÍTULO 2

IMPORTANCIA DEL SECTOR OLIVARERO EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA Y ANDALUZA

2.1. CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR AL PIB

El Producto Interior Bruto (PIB) es una magnitud macroeconómica que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un país durante un periodo de tiempo determinado, soliendo ser de un año, es utilizada para medir el nivel de riqueza de un país. La contribución del sector del aceite de oliva al PIB español es una magnitud muy abstracta, debido a que una variable tan específica como esta no se suele calcular, salvo que se hagan algunos estudios muy específicos y no será cierta al 100%. Para calcular el PIB es necesario tener el Valor Añadido Bruto (VAB) de la estructura de la producción de la economía española, la cual está compuesta por cuatro sectores: agricultura y pesca, industria y energía, construcción, y servicios, es decir, el sumatorio del VAB de estos cuatro sectores da lugar al PIB del país. El VAB es el valor del conjunto de bienes y servicios que se producen en un país durante un periodo de tiempo, descontando los impuestos indirectos y los consumos intermedios (Economipedia, 2012).

Todos estos sectores han ido disminuyendo su porcentaje de producción en relación al PIB con el paso de los años, menos el sector servicios que ha cobrado cada vez más importancia, debido a la crisis económica del sector de la construcción, escasa industria con el paso de los años y el descenso más que considerable del sector de la agricultura y pesca.

	AGRICULTURA Y PESCA	INDUSTRIA Y ENERGIA	CONSTRUCCION	SERVICIOS
1970	11,0%	34,0%	8,8%	46,2%
1980	7,0%	28,6%	7,9%	56,5%
1990	5,5%	25,1%	8,8%	60,6%
2000	4,1%	20,6%	10,1%	65,2%
2005	3,0%	18,8%	11,6%	66,6%
2010	2,6%	17,2%	8,8%	71,4%
2012	2,5%	17,2%	6,3%	74,0%
2013	2,8%	17,1%	5,6%	74,5%
2014	2,5%	17,1%	5,4%	75,0%
2015	2,5%	17,1%	5,5%	74,9%
2016	2,6%	17,8%	5,6%	74,1%

Tabla 2.1. Evolución de la producción por sectores

Fuente: Elaboración propia a partir de Economy Weblog (2016)

El sector de la Agricultura y Pesca ha seguido una tendencia claramente descendente de 1970 a 2010, bajando en más de 8 puntos porcentuales. Desde el año 2010 esta tendencia se regula y se puede decir que los valores son estables, presenciando subidas y bajadas mínimas o nulas. Este gran descenso es debido básicamente a que antes España se consideraba un país agrario y gran parte de la población se concentraba en este sector, esto era sinónimo de masivo empleo y por lo tanto según la consulta de datos del INE esto solía ir en concordancia con el aumento del PIB, es decir mayor existencia de empleo era igual a mayor PIB y viceversa.

Para calcular la relación de la producción del aceite de oliva con respecto al PIB, tendremos en cuenta los siguientes conceptos. Para obtener el VAB agrario es necesario tener la Producción Total Agraria (PTA), los reempleos y los consumos intermedios. En primer lugar, la Producción Total Agraria es el conjunto de bienes y servicios producidos durante un año por el sector agrario, después contamos con los reempleos, que engloba a todas aquellas partidas de la producción total en un nuevo proceso productivo (granos, estiércol, trabajo animal, etc), y por último los consumos intermedios, son aquellos gastos necesarios para el desarrollo del proceso productivo agrario (fertilizantes, energía, fitosanitarios, gastos veterinarios, etc), (Navarro, 2016). Mediante las siguientes formulas se calcularán las magnitudes citadas anteriormente:

$$PFA = PTA - \text{Reempleos}$$

$$VAB \text{ agrario} = PFA - \text{Consumos intermedios}$$

La Producción Final Agraria (PFA) la conforman la producción animal, vegetal, servicios y las actividades secundarias no agrarias no separables de la actividad agraria. El siguiente paso es hallar las siguientes ecuaciones, para así poder finalmente obtener el valor deseado.

$$\frac{\text{Producción de aceites y grasas}}{VAB \text{ agrario}}$$

$$VAB \text{ agrario}$$

$$\frac{VAB \text{ agrario}}{PIB}$$

$$PIB$$

$$\frac{\text{Producción aceites y grasas}}{PIB}$$

$$PIB$$

Finalmente obtendremos el valor que buscamos, la relación de la producción del aceite con respecto al PIB, el cual lo vemos en la tabla 2.2.

Datos en millones de €	ESPAÑA		ANDALUCIA	
	2016	2017	2016	2017
A.- PRODUCCION RAMA AGRARIA	48.091,0	49.165,5	12.307,1	12.878,9
PRODUCCION VEGETAL	29.438,7	28.687,4	10.279,8	10.709,2
1 Cereales	3.823,7	2.983,6	382,7	489,6
2 Plantas Industriales	1.058,2	1.071,4	338,1	420,9
3 Plantas Forrajeras	1.846,0	1.598,1	115,1	118,6
4 Hortalizas	8.790,0	9.389,4	3.862,4	4.031,8
5 Patata	763,0	447,6	104,6	83,5
6 Frutas	8.927,4	8.710,2	3.071,5	2.881,0
7 Vino y mosto	1.200,9	1.171,3	19,2	26,3
8 Aceite de oliva	2.882,7	3.166,3	2.365,6	2.633,8
9 Otros	146,8	149,5	20,6	23,4
PRODUCCION ANIMAL	16.951,0	18.755,7	1.792,1	1.868,2
PRODUCCION DE SERVICIOS	513,1	514,8	116,2	116,6
ACTIVIDADES SECUND. NO AGRARIAS NO SEPARABLES	1.188,2	1.207,6	181,9	184,9
B.- CONSUMOS INTERMEDIOS	21.097,9	21.437,7	3.679,1	3.737,4
C=(A-B) VALOR AÑADIDO BRUTO	26.993,1	27.727,8	8.628,0	9.141,5
PIB	1.118.522,0	1.163.662,0	154.011,0	166.111,0
VAB agrario/PIB	2,41%	2,38%	5,60%	5,50%
Producción aceites y grasas/VAB agrario	10,68%	11,42%	27,42%	28,81%
Producción aceites y grasas/PIB	0,26%	0,27%	1,54%	1,59%
Producción vino y mosto/VAB agrario	4,45%	4,22%	0,22%	0,29%
Producción vino y mosto/PIB	0,11%	0,10%	0,01%	0,02%

Tabla 2.2. Evolución macromagnitudes agrarias

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA, 2017), la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural (2017), y Consejería de Economía y Conocimiento (2017)

La tabla anterior muestra la evolución de las macromagnitudes agrarias de España y Andalucía en el periodo temporal 2016/17. Se observa comparando que, aunque España presente valores mayores que Andalucía dichas magnitudes relacionadas con la producción siguen la misma tendencia, salvo la producción vegetal, la cual es la más importante ya que es la que más aporta a la producción agraria. La producción vegetal en España sufre un leve descenso y en Andalucía un aumento, dentro de esta producción vegetal, la variedad que más repercute en esta variación son los cereales que hace disminuir la producción española en unos 800 millones de euros. La variable (8) del aceite de oliva, ha sufrido un aumento tanto en España como en la Andalucía

por un valor superior a los 250 millones de €, esto quiere decir que la producción de aceite ha sido más generosa que en año el anterior.

En cuanto a la relación de la producción del aceite de oliva con respecto al VAB agrario y la relación de la producción del aceite de oliva con respecto al PIB comentar que siguen la misma tendencia ascendente en el periodo 16/17 tanto en la región andaluza como a nivel nacional, se considera un síntoma extraordinario a nivel andaluz ya que la relación de la producción del aceite con respecto al PIB ha aumentado en casi un 1,5 punto porcentual. Comparándolo con otro sector relevante como por ejemplo el sector del vino y mosto, en primera instancia nos percatamos de que todas las rentabilidades son inferiores, pero el dato más significativo de este sector es que presenciándose las mayores producciones de vino y mosto en el centro y norte de España, en dicha zona la producción ha disminuido y en consecuencia su rentabilidad, todo lo contrario ha sucedido en Andalucía considerándose la región más pobre en cuanto a los tipos de producción vegetal de vino y mosto se refiere aquí ha aumentado, esto es un buen síntoma de la tierra andaluza, la cual es idónea para una gran cantidad de cultivos vegetales.

En nuestra región existen unos 400.000 olivicultores, que trasladan su producción de aceituna a 1.755 almazaras, las cuales al recibir dicha mercancía se dedican a la extracción del aceite de oliva. En España están censadas 1.550 envasadoras y 22 refinерías. Según datos recientes obtenidos del Registro Mercantil Central, en España se encuentran 686 empresas fabricantes de aceite de oliva censadas, de las cuales 353 están radicadas en la región andaluza (Extenda, 2017:6).

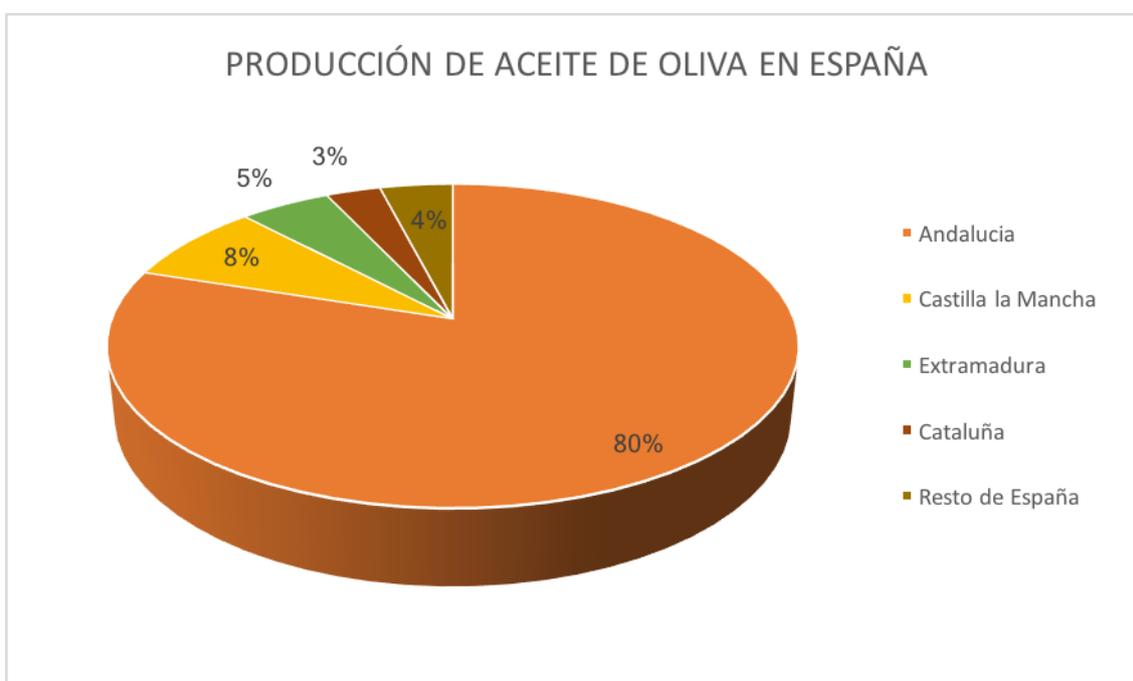


Figura 2.1. Producción de aceite de oliva en España

Fuente: Elaboración propia a partir de Singh, Kinney y Mateos (2017)

La figura 2.1 muestra la capacidad de producción de aceite de oliva que tienen algunas comunidades autónomas en España. La CCAA que más aceite de oliva produce es Andalucía que concentra el 80% de toda la producción nacional, esto es

debido a que es una de las regiones más extensas de España, y además tiene la virtud de ser la que tiene un clima más propicio para el cultivo del olivo. El 20% de producción restante lo conforman las demás regiones, siendo las que más aportan a esta cifra anteriormente citada la región de Castilla la Mancha, Extremadura y Cataluña, entre las 3 producen el 16% de toda la producción española, el restante 4% se reparte entre el resto de España.

Como puede observarse en el Gráfico 2.2, la producción del llamado oro líquido se distribuye entre los cinco continentes. Por orden de importancia en la producción mundial destaca Europa, seguida de África, Asia, América y Oceanía, siendo marginal la aportación de este último a la producción mundial (Vilar, 2016; Cárdenas, 2016), aunque con una evolución reciente muy favorable en términos de producción y consumo. En efecto, Oceanía es el continente más joven en cuanto a la actividad productora, situando sus inicios en 1977 con una producción anual de 500 toneladas, siendo las estimaciones actuales de 21.000 toneladas (Mercacei, 2018). En cuanto a la producción mundial de aceite de oliva decir que el 75% se concentra en España, Italia, Grecia, Túnez y Turquía en orden de más a menos importante (Extenda, 2017:21).

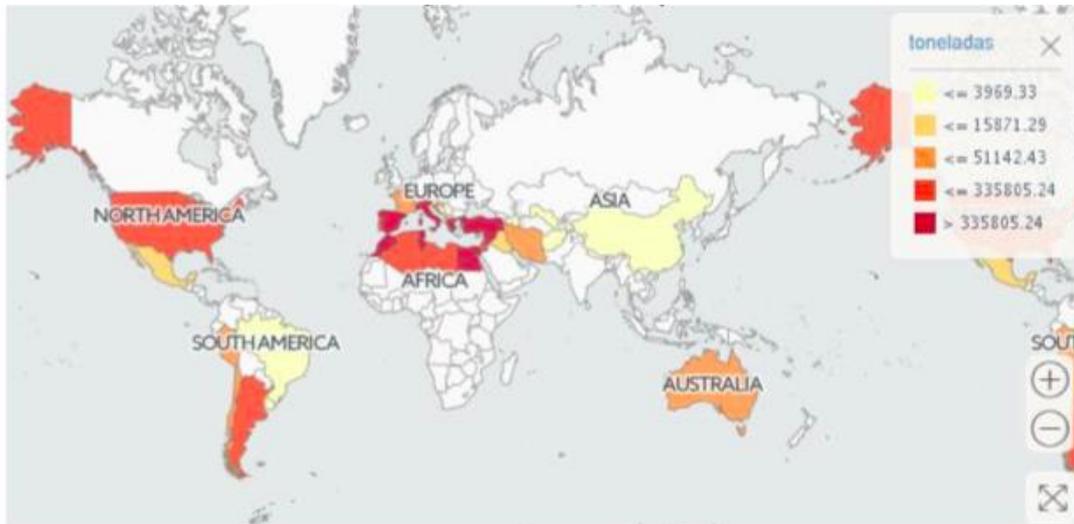


Figura 2.2. Principales áreas mundiales de producción del olivar

Fuente: Estudio del sector del aceite de oliva en Andalucía (Extenda, 2017: 21)

África, por su parte, vio mermada su producción de aceite de oliva debido a que sus mayores productores, Túnez y Marruecos, vieron disminuida sus existencias. A su vez, los continentes que también ven disminuido su nivel de producción son Europa y Asia, dándose esta circunstancia básicamente condicionada por el clima, escasa lluvia y gran sequía. Por el contrario, América experimentó un incremento de la producción oleícola, debido básicamente al ascenso de la producción en Estados Unidos y Uruguay (Vilar, 2016; Cárdenas, 2016).

Centrándonos en el caso español, la Tabla 2.3. muestra las cifras de producción y las previsiones para este nuevo año en nuestro país. Como se señala en dicha tabla, la producción de aceite española rondará las 1.250.000 toneladas en la campaña 17/18 (Mercacei, 2017), sufriendo un leve descenso en relación a la campaña anterior, tendencia que se observa en los últimos dos años. En cambio, los principales competidores de España, como son Italia, Grecia, Túnez y Turquía, no sufren esta circunstancia y por el contrario verán aumentada su producción en el nuevo año. En

estos países competidores ha aumentado su porcentaje en relación a los años anteriores y esto hará disminuir el de España, pasando la producción española del 52% de la producción mundial en este año a una cifra cercana al 45% en la próxima campaña. A pesar de este claro descenso en las cifras de producción, España continuará siendo el mayor productor de aceite de oliva del mundo el próximo año.

	2013/2014		2014/2015		2015/2016		2016/2017		Estimación 2017/2018	
ESPAÑA	1.780.215	55,99 %	841.672	32,77 %	1.401.600	47,18 %	1.281.950	51,86 %	1.250.000	45,54 %
Stock final España	197.200	6,20 %	418.750	16,30 %	142.800	4,81 %	243.870	9,87 %	190.000	6,92 %
ITALIA	463.700	14,58 %	222.000	8,64 %	474.600	15,97 %	190.000	7,69 %	270.000	9,84 %
GRECIA	132.000	4,15 %	300.000	11,68 %	320.000	10,77 %	165.500	6,70 %	270.000	9,84 %
TÚNEZ	70.000	2,20 %	340.000	13,24 %	140.000	4,71 %	100.000	4,05 %	250.000	9,11 %
TURQUÍA	135.000	4,25 %	160.000	6,23 %	143.000	4,81 %	177.000	7,16 %	190.000	6,92 %
MARRUECOS	130.000	4,09 %	120.000	4,67 %	130.000	4,38 %	110.000	4,45 %	100.000	3,64 %
PORTUGAL	91.600	2,88 %	61.000	2,37 %	109.000	3,67 %	93.600	3,79 %	115.000	4,19 %
SIRIA	180.000	5,66 %	105.000	4,09 %	110.000	3,70 %	110.000	4,45 %	110.000	4,01 %
Tm.Aceite de Oliva	3.179.715	100 %	2.568.422	100 %	2.971.000	100 %	2.471.920	100 %	2.745.000	100 %

Tabla 2.3. Producción de aceite de oliva por países

Fuente: Mercacei (2017), a partir de Consejo Oleícola Internacional 2017

Por otra parte, la Figura 2.3 muestra la producción en toneladas de aceite de oliva en España, apreciándose ascensos y descensos en el horizonte temporal de 2004 – 2017, siendo la época de más bonanza 2013/14 y la que ofrece las peores cifras la campaña 2012/13. Estas variaciones son debidas a la vecería, pérdida de producción debida a la disminución floral de unos años a otros en el olivo, lo que conlleva la alternancia de periodos de mayor producción de aceituna con otros en los que la producción se reduce. En la actualidad existen técnicas para disminuir la vecería, en la medida de lo posible, como puede ser un buen abonado, buen riego y una poda adecuada.

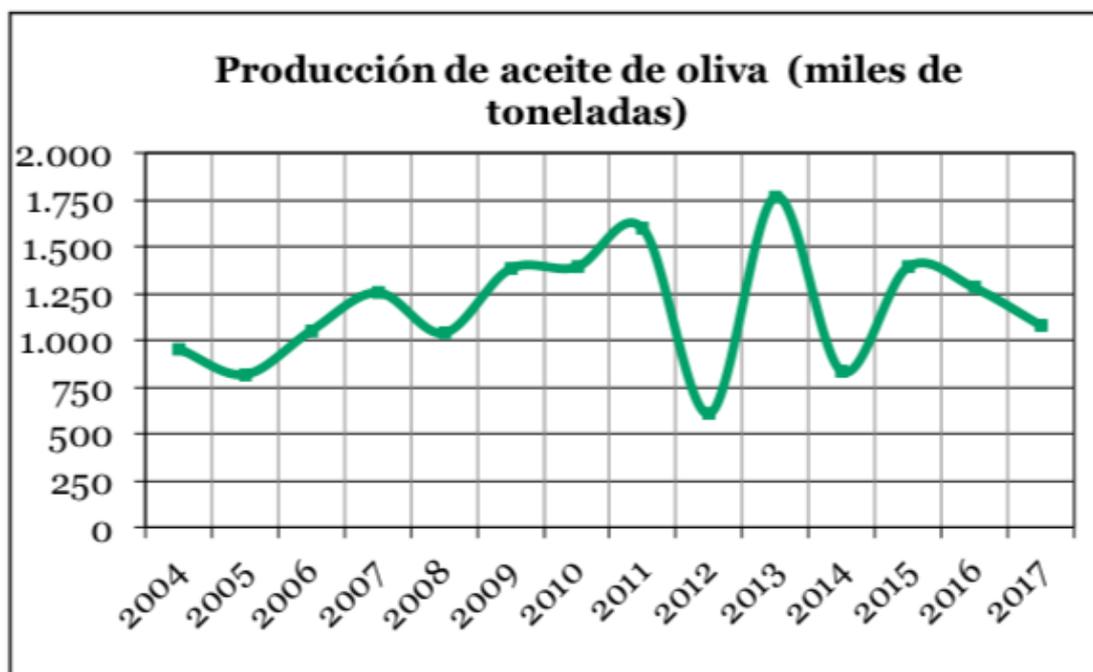


Figura 2.3. Producción de aceite de oliva

Fuente: Boletín de Estadística del Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA, 2018: 16)

2.2. CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR AL EMPLEO

La población activa total de España ronda todos los años los 23.000.000 personas y la población ocupada total se sitúa alrededor de las 17.300.000 personas, con esto vemos que según datos del Instituto Nacional de Estadística la tasa de actividad en nuestra nación durante estos años se sitúa sobre el 60%. Dentro de la población ocupada referida anteriormente, solo 740.000 personas de media permanecen dentro de la población ocupada agraria. Los tres rangos de datos que se presencian en la Figura 2.4. se refieren a la evolución del empleo en España, esta figura nos aporta información que hace referencia al horizonte temporal que va desde 2012 a 2015, la cual sigue una tendencia estable.

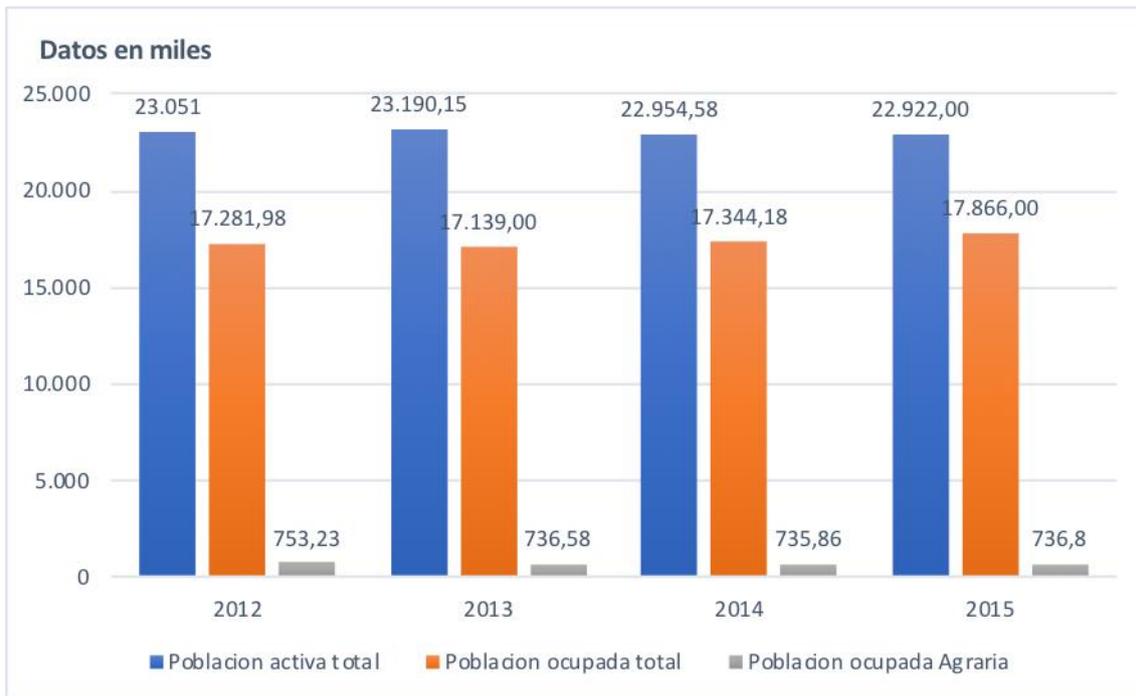


Figura 2.4. Evolución del Empleo

Fuente: Elaboración propia a partir de INE (2015)

En el año 2015 la población activa total consta de 22.922.000, dentro de la cual, 17.866.000 se refiere a la población ocupada total. Lo más significativo en nuestro ámbito de estudio es la población ocupada agraria que se encuentra en torno a los 736.000 empleados, este dato es muy escaso en comparación con los demás sectores con los que cuenta la economía española, recordando que es el sector económico con menos fuerza, situándose por detrás del sector industria, construcción y servicios. En la actualidad el empleo en el sector agrario sigue un ritmo constante – descendiente, por lo tanto, se prevé que irá descendiendo con el paso de los años lentamente. Dentro de este sector agrario, valoramos el personal ocupado en cuanto a la fabricación de aceite de oliva que se sitúa alrededor de las 8.628 personas en el año 2015 (INE, 2015).

El empleo en el sector olivarero es muy importante para muchas familias, sobre todo en la zona mediterránea. La mecanización que se ha introducido en una parte del olivar moderno está sustituyendo en gran medida a la recolección manual, la poda, etc. Además, esta mecanización está comenzando a incluirse en pequeñas fincas para que sean algo más rentables las labores de recolección. Las labores del campo con el transcurso de los años se están convirtiendo en poco rentables, la mayoría de las personas se van al sector servicios, y los trabajos de recolección del olivar se suelen hacer los fines de semana. Destacar que una de las zonas que más está sufriendo esta situación es la costa española, la cual es el lugar que más sufre este desempleo, ya que gran parte se concentra en el sector turístico. Algunos empresarios del olivar también reconocen que esta falta de empleo se debe a los bajos salarios y a la presencia de la inmigración.

Mediante la tabla 2.4. valoraremos la evolución de los salarios y el empleo, dos temas que siempre van unidos.

AÑO	SALARIO DIARIO	AÑO	SALARIO DIARIO	AÑO	SALARIO DIARIO
1985	12,28 €	1995	24,85 €	2005	36,70 €
1986	13,51 €	1996	25,94 €	2006	38,93 €
1987	14,05 €	1997	27,22 €	2007	40,65 €
1988	15,04 €	1998	28,14 €	2008	42,28 €
1989	15,48 €	1999	29,18 €	2009	43,34 €
1990	17,12 €	2000	29,98 €	2010	44,69 €
1991	19,12 €	2001	31,51 €	2011	46,18 €
1992	20,60 €	2002	33,26 €	2012	46,56 €
1993	22,23 €	2003	35,03 €	2013	46,60 €
1994	22,96 €	2004	35,90 €	2014	46,47 €

Tabla 2.4. Evolución de los salarios (recolección de aceituna)

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA, 2016)

En la tabla anterior se ve reflejada la evolución de los salarios diarios medios de un recolector de aceituna de 1985 a 2014. La evolución de estos valores sigue una corriente claramente ascendente, los precios de los salarios solo han hecho subir durante estos años. El salario (más vulgarmente llamado el jornal en las zonas de escasa población) en el año 1985 data de 12,08 €, y el de 2014 es de 46,47 €, es decir este ha subido en 30 años casi el 300%, más concretamente el 284,69% ((Salario diario 2014 – Salario diario 1985) / Salario diario 1985).

Según datos actuales de 2017 el salario de un recolector ronda los 50 €, pero se sabe de primera mano que estos datos no siempre son correctos al 100%, ya que tanto el empleo como el salario en este tipo de trabajo se suele modificar a conveniencia del recolector y el empresario, para así beneficiarse a la hora de cobrar el paro agrícola, otras ayudas, etc. Por último, destacar que en este tipo de trabajo suele haber mucha economía sumergida, ya que hay más trabajadores en activo que de los que figuran en las encuestas de población ocupada, para así beneficiarse, y cobrar el paro más el trabajo temporal que hagan en la época de recolección de la aceituna.

2.3. CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR A LA BALANZA DE PAGOS

La balanza comercial española, está compuesta por cuatro sectores: Materias Primas y Productos Industriales, Agroalimentarios, Bienes de Consumo, y Bebidas, los cuales están ordenados en orden de importancia en cuanto al nivel de facturación. El producto que estamos tratando (aceite de oliva) se encuentra dentro del sector agroalimentario (ICEX, 2016).

En el siguiente gráfico vemos los datos más ilustrativos de la balanza comercial.

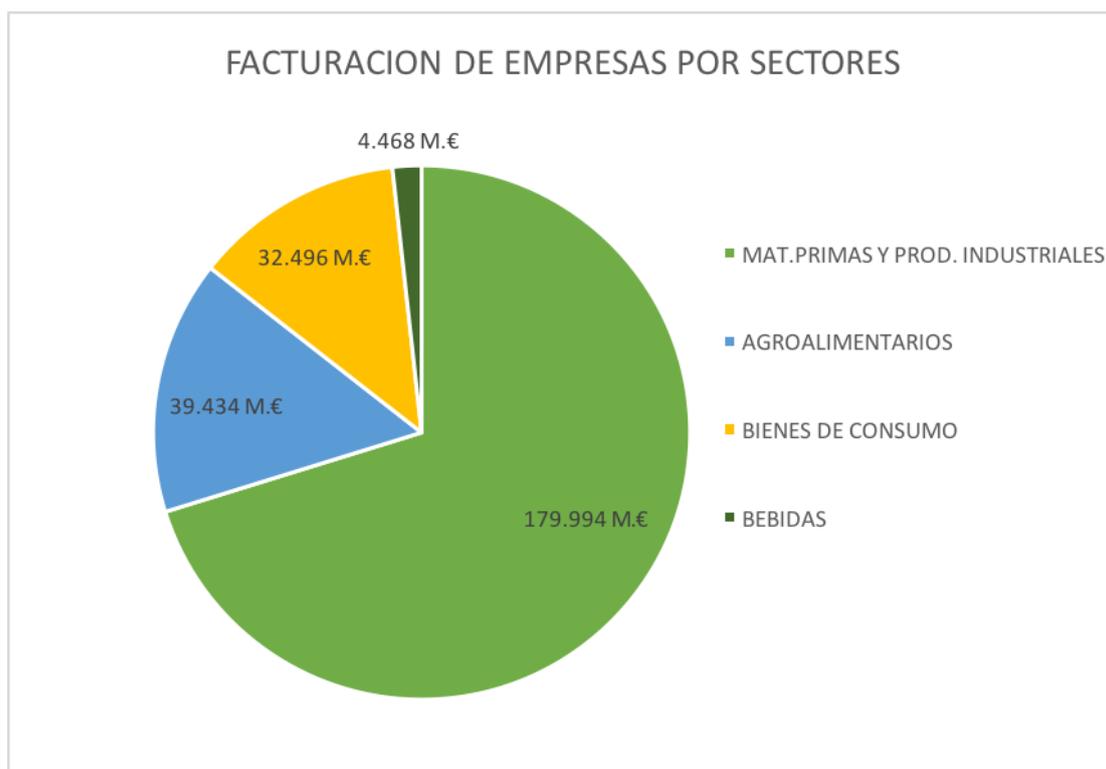


Figura 2.5. Facturación de empresas por sectores

Fuente: Elaboración propia a partir de ICEX (2016)

El sector agroalimentario lo conforman 14.687 empresas, siendo este el tercer sector más importante detrás del de Materias Primas y Productos Industriales, y Bienes de Consumo, y el segundo más importante en cuanto al nivel de facturación en nuestra economía nacional. Analizando los valores relativos a la balanza comercial, destaca la existencia de un déficit, es decir, la existencia de más importaciones que exportaciones. Las importaciones de mercancías totales en 2016 fueron de 281.056 M.€ y las exportaciones rondan los 262.000 M.€, esta tendencia se prevé que seguirá en un futuro previsible ya que las cifras de los años anteriores han sido constantes, y no hay ningún síntoma a tener muy en cuenta para que esta situación se pueda revertir en el corto plazo (Expansión, 2017).

En la actualidad el aceite de oliva continúa siendo uno de los productos que tiene más peso en relación a las exportaciones agroalimentarias de nuestro país, este ocupa el tercer lugar dentro de los productos agrarios, solo por detrás de la carne de cerdo y los cítricos. La venta del llamado «oro líquido» al exterior supone el 0,3% del PIB español (Díaz, 2016).

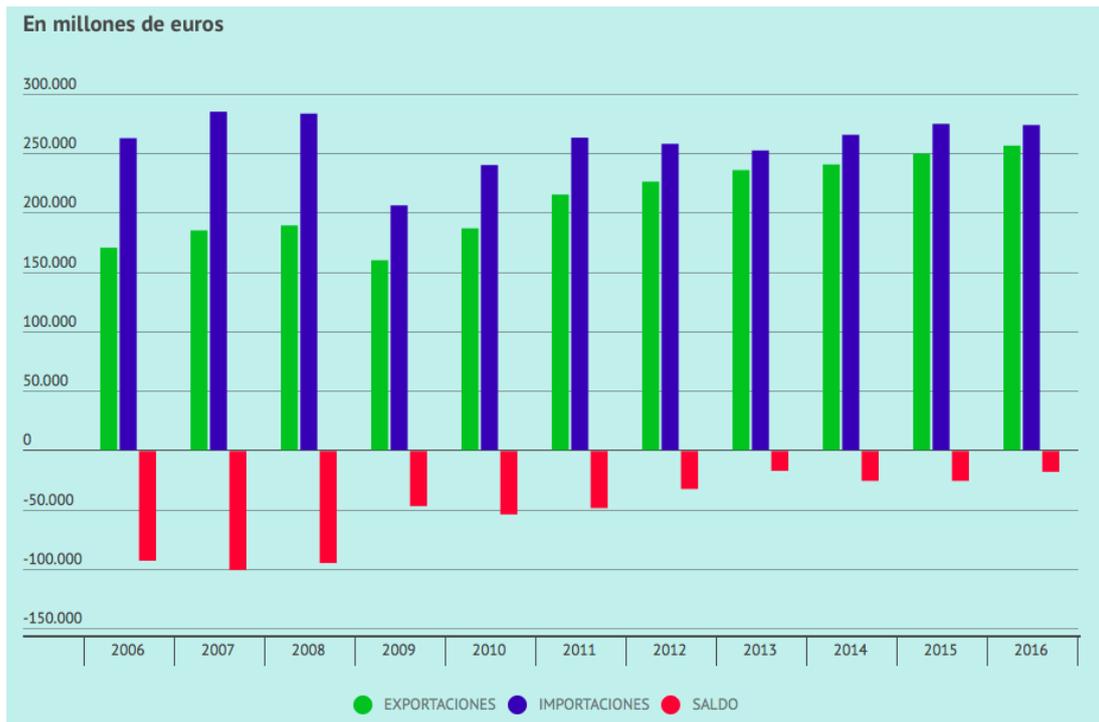


Figura 2.6. Evolución de la Balanza Comercial

Fuente: Base de datos ICEX (2016: 3)

En la figura 2.6. se destaca la evolución de los datos totales de la balanza comercial en el periodo temporal 2006 - 2016, además se observa como el saldo, que es la diferencia entre las exportaciones y las importaciones, es cada vez menor. Dejar constancia que, aunque este saldo sea cada vez más bajo, la evolución que sigue es de subidas y bajadas no muy elevadas, pero constantes, aunque siguen siendo estas cifras verdaderamente importantes para contar con un déficit comercial.

En relación al aceite de oliva virgen, destacar su efecto compensador, ya que el superávit comercial de este producto contribuye a reducir el déficit comercial español. Así, en 2017 las importaciones totales de aceite de oliva virgen en España ascendieron a 94.067 miles de Kg. y 311.679 miles de euros, mientras que las exportaciones han sido de 723.375 miles de Kg. y 2.822.291 miles de euros (Agencia Tributaria, 2017). Estos datos son muy importantes en la medida que demuestran la competitividad de nuestro país en este sector a nivel internacional.

Las exportaciones españolas de aceite de oliva muestran una progresión ascendente en el periodo 2010 – 2016, alcanzando un crecimiento del 61,07% durante dichos años.

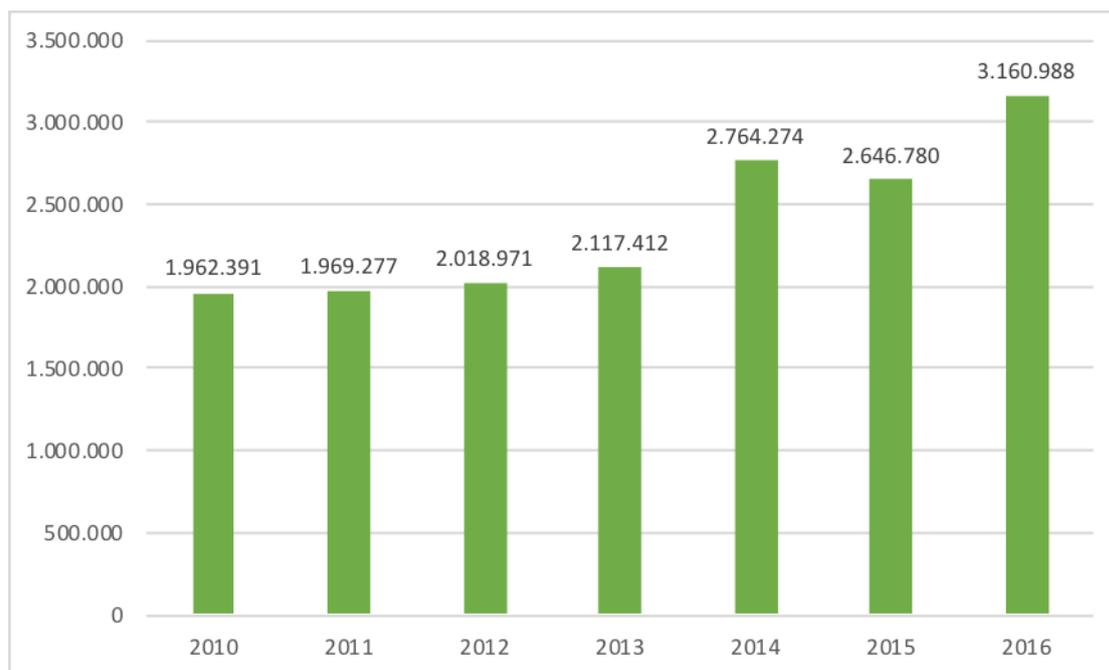


Figura 2.7. Evolución de las exportaciones españolas de aceite de oliva (miles €)

Fuente: Elaboración propia a partir de Extenda (2017)

En la figura anterior se observa que durante el periodo temporal de 2010 a 2013 el ascenso ha sido casi nulo, presenciando siempre valores alrededor de los 2.000.000. El cambio más considerable se produjo en el año 2014, cuando se pasó de exportar por valor de los 2.117.412 en 2013 a los 2.764.274 de 2014, después de este gran ascenso hubo un descenso de alrededor de 100.000 y al siguiente año (2016) hubo otro gran ascenso, pero no tan grande como el de 2014, lo que describe un periodo alternativo de subidas y bajadas durante dichos años. Estos datos de las exportaciones españolas son diferentes a los de la competencia más cercana, Italia, Grecia y Túnez, ya que nuestro país es el líder tanto en producción de aceite de oliva como en la exportación de este (Extenda, 2017).

El aceite de oliva es un bien muy preciado que viaja a más de 100 países y sus receptores finales suelen ser: establecimientos, tiendas gourmet, restaurantes, etc, (iContainers, 2018). En efecto, España exporta a básicamente debido a la calidad y prestigio mundial que tiene en todo el mundo. Como consecuencia de ello, el sector olivarero español es uno de los puntos fuertes del sector agrario, y en general de la economía española. La exportación de este producto se suele realizar por todo tipo de medios, tanto por transporte aéreo, marítimo, como terrestre. El más adecuado en cuanto a coste y volumen es el marítimo, el inconveniente que tiene este es la lentitud, por ejemplo, el tiempo de transito de una mercancía desde que sale de España y llega a china suele estar entre 24 y 50 días, nunca menos de 24 días. Por otro lado, el transporte aéreo es muy rápido, pero a la vez mucho más caro y acepta menos volumen que el marítimo, el tiempo medio suele estar sobre las 24 horas y los 7 días dependiendo de la empresa. Por último, en cuanto al transporte terrestre se cuenta con la presencia de camiones y en mayor medida el uso de transporte ferroviario internacional.

En la gráfica anterior contábamos con las unidades monetarias (miles de euros) de 2010 – 2016, ahora pasamos a las unidades de peso (toneladas) de aceite de oliva.

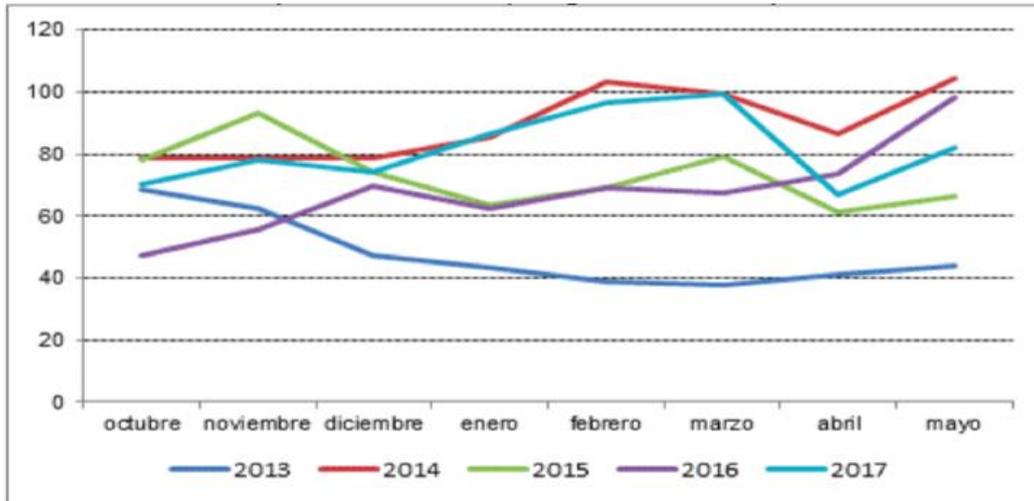


Figura 2.8. Evolución de exportaciones españolas de aceite de oliva (miles Tm.)

Fuente: Extenda (2017: 40)

La campaña 2016/2017 en España ha terminado dándole salida a 1.405.000 Tm de aceite de oliva, con un promedio mensual de 117.000 Tm. De esta cantidad de aceite de oliva mensual sólo 37.000 Tm de media han sido para consumo interior y 80.000 Tm de media con destino al comercio exterior. Así, la suma anual de consumo interior de aceite de oliva alcanzaría unos 450.000 Tm, las más bajas desde hace más de 20 años, la razón básicamente de esto es la subida de los precios en estos últimos años, y su traslado a las botellas de distribución. En consecuencia, el consumo internacional también ha perdido importancia, este ha descendido en los últimos cuatro años un 9% debido básicamente al aumento del precio (Olavarría, 2017). En relación a los países de destino del aceite de oliva virgen de origen español, en la siguiente tabla destacamos los más importantes:

PAIS	PESO (Miles de kg)	VALOR (Miles de €)	NUMERO DE OPERACIONES
ITALIA	264.178,25	865.653,76	2.518
EEUU	78.825,49	302.722,04	4.218
FRANCIA	89.127,23	301.450,54	3.478
PORTUGAL	75.683,35	209.611,47	596
CHINA	27.695,23	110.562,36	1.596
REINO UNIDO	24.529,47	84.000,29	897
JAPON	20.814,30	83.903,54	1.560
ALEMANIA	14.066,90	55.717,77	1.073
BRASIL	12.127,09	53.649,77	1.244
AUSTRALIA	10.157,34	40.499,92	843
MEXICO	7.971,77	33.435,08	537
COREA DEL SUR	9.083,69	31.703,88	418
BELGICA	88.632,91	31.320,67	396
PAISES BAJOS	7.977,03	25.915,26	652
RUSIA	4.528,20	20.741,52	580

Tabla 2.5. Exportaciones españolas de aceite de oliva virgen por países

Fuente: Elaboración propia a partir de la Agencia Tributaria (2016)

La lista la conforman 15 países, de los cuales 8 son europeos, destacando que Europa produce el 67% de la producción mundial de aceite de oliva, 3 americanos, 3 del continente asiático y 1 del continente oceánico como es Australia. La exportación de España en relación al aceite de oliva virgen es a gran escala, cuenta con sus aceites en más de 140 países.

Italia sigue siendo así uno de los mayores países productores a nivel mundial de aceite de oliva, a su vez es el país que más dinero se gasta en la compra de aceite de oliva a nivel español, y a un precio elevado, estando alrededor de los 4€/kg para el virgen extra. Esto se debe a que Italia tiene una demanda interior de aceite de oliva de media de 600.000 toneladas, unas exportaciones medias de 400.000 toneladas y unas producciones oficiales medias de unas 350.000 toneladas, es decir, con estos datos Italia es un país que necesita comprar fuera. Dichas cantidades a las que nos estamos refiriendo, se suelen hacer a granel (en grandes cantidades, sin empaquetar ni embalar), aunque van disminuyendo y se está sustituyendo por el aceite embotellado, que proporciona un mayor valor añadido y un mayor beneficio para el productor y la industria (Nates, 2012). Dejar constancia que el mercado italiano siempre ha sido bien recibido en España, en consecuencia, de la buena fe del empresario español, las empresas de Italia compran nuestro aceite de gran calidad a granel y sucesivamente lo embotellan y le ponen las etiquetas de su propio mercado italiano, es decir, venden el aceite español como si fuera de sus propias tierras.

En cuanto a los territorios de fuera de nuestro continente y fuera de nuestro espacio económico europeo, decir que España ha abierto mercados y sigue abriendo en zonas que hace años era impensable debido al gran contraste de costumbres que hay entre países. Pero la internacionalización y las grandes propiedades que tiene el aceite de oliva en la alta cocina está cambiando esta situación.

En cuanto a la primera potencia mundial en relación a términos de PIB nominal, fuerza militar y tecnología se refiere, Estados Unidos es el segundo país que más invierte en el aceite de oliva español, y también destaca que es el tercer consumidor de aceite de oliva del mundo. La rivalidad existente entre España e Italia en cuanto al tema oleícola se refiere no solo se quedan en la competitividad de ser los mayores productores de aceite de oliva del mundo, sino que también existe esa rivalidad para ganarse los mejores mercados para la venta del llamado oro líquido. EEUU al ser una región tan extensa y tan consumidora de aceite de oliva, es uno de los países a los que es imprescindible exportar, por lo tanto, es un cliente al que hay que mimar. Italia tradicionalmente ha sido el primer socio comercial de Estados Unidos, pero desde 2014 España ha ido revirtiendo esta situación en cuanto a valor y al peso se refiere, y desde ese año España es el país líder en importaciones de aceite de oliva refinado a Estados Unidos, pero no en cuanto a aceite de oliva en general, (Gisbert, 2016).

Pasando ahora al gigante asiático, es un mercado que está en alza. Centrándonos en China y Japón, en estas naciones las empresas españolas han llegado a alcanzar alrededor del 80% y del 57% de la cuota de mercado respectivamente. A China se destinan más de 32.000 toneladas anuales por parte de más de 250 empresas y cooperativas, y a Japón se destina algo más de 31.450 toneladas y el número de empresas exportadoras baja, estando aquí en unas 192 (Almaceite, 2017). Dichos mercados son muy importantes para España, y con el paso del tiempo más importante será nuestra presencia en Asia. En China como nos hemos referido anteriormente se concentra el 80% de las exportaciones españolas, seguidas de Italia 13% y Grecia el 2% los cuales son competidores de España a nivel de producción de aceite a nivel mundial. En el año 2016 China y Japón ocuparon respectivamente el quinto y séptimo puesto en cuanto a nivel de exportaciones de España, y se supone que este negocio seguirá aumentando, debido en gran parte a que Japón y España desde 2013 llevan negociando el libre comercio de aceite de oliva, pero hasta el año 2017 la Comisión Europea no ha cerrado dicho acuerdo. Esta noticia será muy significativa para nuestro país debido a que como hemos dicho está en aumento y además se trata de uno de

los principales mercados fuera de la Unión Europea, en resumen, la exportación está en Auge, (La Vanguardia, 2017).

Otro aspecto distinto es el valor de la exportación a cada uno de los mercados. El mercado con mejores precios para el aceite de oliva español fue en 2016 el de la Republica Dominicana, seguida de Rusia, estos dos países superan el valor de los 4,5 €/KG, los demás países están por debajo de este valor.

PAIS	EUR/KG
REPUBLICA DOMINICANA	4,7358
RUSIA	4,5805
ARABIA SAUDI	4,4349
BRASIL	4,4239
DINAMARCA	4,2937
CANADA	4,2363
MEXICO	4,1941
COLOMBIA	4,1301
POLONIA	4,1149
JAPON	4,031
CHINA	3,9921
AUSTRALIA	3,9872
ALEMANIA	3,9609
SUDAFRICA	3,959
FINLANDIA	3,9462
INDIA	3,9181
TAILANDIA	3,8677
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	3,8404
SUIZA	3,7507
SUECIA	3,6566

Tabla 2.6. Valor medio aceite de oliva virgen (EUR/KG) Exportación

Fuente: Elaboración propia a partir de la Agencia Tributaria (2016)

El sector del aceite de oliva está alcanzando unos valores óptimos con respecto años anteriores, se puede decir que los mayores en una década. Este comportamiento de precios alcistas se debe a la escasez de lluvias, fuertes calores y en mayor medida a la bajada de la producción de los países del mediterráneo.

Esta alza de precios tan elevada tiene que ver con la especulación ya que alrededor del 50% de la producción de aceite de oliva se compra para revenderlo y el restante va directamente del productor al envasador (Maté, 2017; Limón, 2017). Con estas afirmaciones se llega a la conclusión de que el gran beneficiado es el productor, ya que le viene perfectamente esta alza de precios, y en cambio los grandes perjudicados son el envasador y el consumidor final. En primer lugar, el envasador se ve perjudicado debido a que tiene que poner un precio razonable para después poder vender el producto a los grandes almacenes y estos a su vez vender el producto al consumidor final. En cambio, este hecho tan importante para la agricultura no ha frenado la exportación, sino que las ventas al exterior siguen siendo estables, además de la demanda interior.

En cuanto a los precios a nivel regional, algunas empresas, sociedades cooperativas, utilizan un mecanismo para saber cómo se están realizando las operaciones relativas al aceite de oliva. Esta es la plataforma POOLred, la cual es un mecanismo voluntario en el cual las entidades productoras de aceite de Jaén informan

sobre el precio de venta de las operaciones que están realizando del Aceite de Oliva Virgen Extra, Aceite de Oliva Virgen y Aceite de Oliva Lampante. Además, esta plataforma puede servir como referencia para otras empresas a la hora de comercializar el aceite y poder saber cómo están los precios. Dicha web además ofrece datos variados, desde precios medios en formato tabla, con la posibilidad de observar los de la última semana, los de la semana anterior o los del último mes. También se pueden observar estos valores en formato graficas de evolución que nos aportan valores mensuales, trimestrales y anuales. Ambos formatos los veremos a continuación. Sin dejar atrás otra tipología, también se cuenta con la presencia de gráficos de densidad.

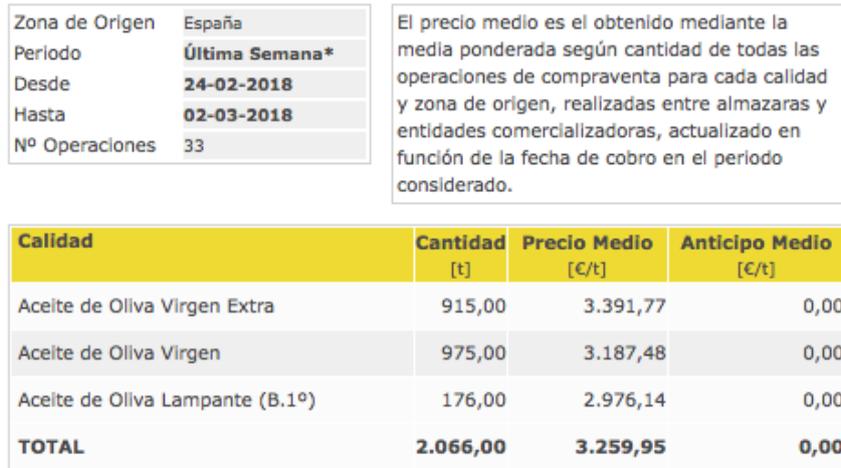


Figura 2.9. Precio medio por tonelada de la última semana

Fuente: POOLred (2018)

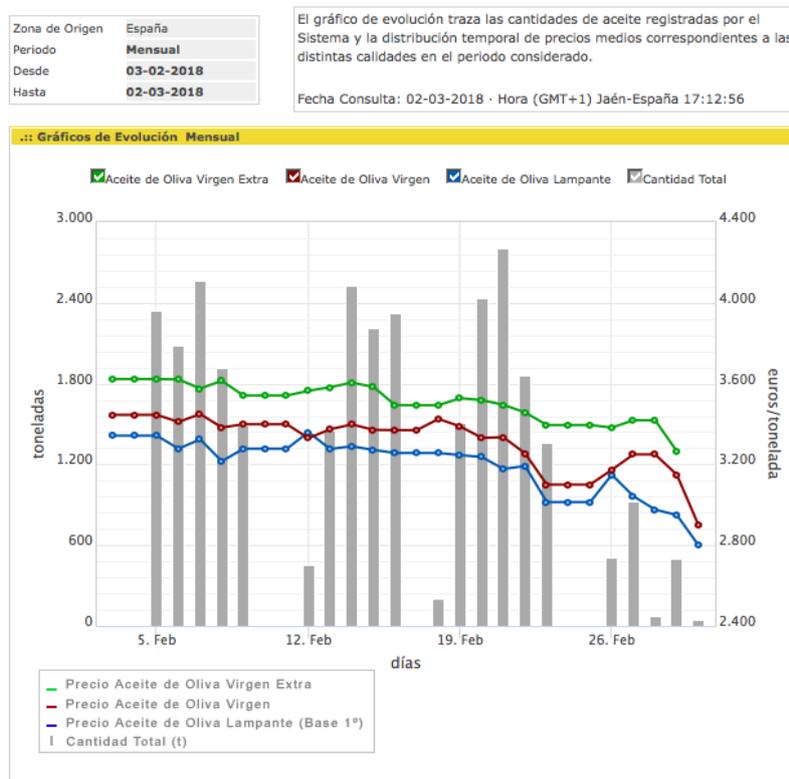


Figura 2.10. Precio medio por tonelada mensual

Fuente: POOLred (2018)

CAPÍTULO 3

ESTUDIO DE UNA EMPRESA LÍDER DEL SECTOR OLIVARERO ESPAÑOL: EL CASO DE OLEOESTEPA

3.1. FORMACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA

En 1986 España ingresa en la Comunidad Económica Europea, a partir de esta unión era importante crear grandes empresas en nuestra región, es decir, entidades de mayor dimensión. Ante esta situación el objetivo de las cooperativas de la zona fue unirse en una sola para alcanzar los objetivos que individualmente eran imposibles. Como consiguiente se constituye la Sociedad Cooperativa Andaluza Oleoestepa con el objetivo de unir los esfuerzos de más de 5.500 olivaderos para valorizar y comercializar los Aceites de Oliva Virgen Extra (AOVE) producidos en las 17 almazaras asociadas, ubicadas en la comarca de Estepa y Sierra Sur en Sevilla y Puente Genil en Córdoba. Desde 1986 se han ido creando grandes servicios, los cuales anteriormente individualmente no se era capaz, como es la clasificación de aceites, envasado, asesoramiento agronómico (peritos agrícolas) y actividades fuera de España. Con todos estos servicios, técnicas de inversión y mejora de la empresa a lo largo de 31 años se llegaron a unos resultados que terminaron consolidando la empresa.

Destacar que la singularidad, la riqueza del suelo y el clima de esta comarca, típicamente mediterránea, son propicios para las variedades de olivos cultivadas: hojiblanco, manzanillo, picual y arbequino. La variedad de olivo hojiblanco es el más cultivado en la zona y representa sobre un 78% de los más de 7 millones de árboles, dado que responde muy bien al suelo y clima. Oleoestepa cuenta con más de 52.000 hectáreas de olivar, en estas tierras se obtiene una media anual de 100.000.000 kilos de aceituna para aderezar en verde y seguidamente 150.000.000 de kilos de aceitunas que se destinan a las almazaras para extraer unos 30.000.000 kilos de aceites. Más de 150 millones de kilos de aceitunas son recolectadas y procesadas de forma temprana (noviembre y diciembre, mayoritariamente), coincidiendo con su estado óptimo de madurez.

Actualmente, Oleoestepa es una empresa referente mundial en el mercado de aceite de oliva virgen extra de alta calidad, con el que cuenta con un extenso palmarés de galardones.

3.2. ESTRATEGIA COMPETITIVA Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

En un mundo como es el del aceite de oliva, Oleoestepa en su estrategia apostó desde sus inicios claramente en una búsqueda de la excelencia en los aceites de olivas vírgenes extras. La calidad en los aceites de oliva los hace singulares, como consecuencia de ello de ahí un precio un poco más elevado de lo normal, de lo contrario entraría en una guerra de precios, la cual esta no es la filosofía de la empresa. Todo el enfoque empresarial desde los aceites, hasta el equipo de personas que hace todo esto posible están en la línea de la máxima calidad, esto supuso establecer desde hace muchos años unas normas de régimen interno, las cuales recogen en un documento escrito, todas y cada una de las condiciones en las que se va a llevar a cabo la comercialización del aceite y como va a afectar la calidad obtenida por cada uno de los depósitos, por cada una de las cooperativas asociadas a

Oleoestepa, es decir, como va a afectar esa calidad a un resultado económico. En la medida en que cada cooperativa tenga un aceite de mayor calidad pues obtendrá un mejor precio, no se obtiene un precio por vender el aceite un día en concreto a cierta cantidad de euros, sino que se obtiene un precio debido a que al final cuando ya se ha vendido todo el aceite lo que se hace es repartir el dinero en función a la calidad, por ejemplo dos cooperativas pueden estar en igualdad de kilos, pero sin embargo una obtiene mejor resultado económico que otra porque tiene mayor calidad, es decir, mayor calidad es igual a mejor precio y viceversa. Esta es la primera parte de la apuesta por la calidad que tiene Oleoestepa, es decir, la relación Oleoestepa con sus cooperativas asociadas.

La segunda parte de la apuesta por la calidad es la comercialización de los aceites en los mercados (nacional e internacional), solo envasa Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE), la cual es la mejor categoría que existe, las otras dos categorías que se presencian en el mercado del aceite de oliva son el Aceite de Oliva Virgen y el Aceite de Oliva, los cuales no son comercializados por Oleoestepa. Esta empresa apuesta por la calidad, paga a sus cooperativas por esa calidad y exige calidad, esto ha llevado a ser una empresa referente internacional. Además, los propios envases están muy cuidados, enfocados a productos de alta calidad, con botellas exclusivas de Oleoestepa. Toda esta secuencia de actividades en cuanto a la estrategia competitiva hace que esta empresa se mueva por mercados de diferentes países, y dentro de los diferentes países se buscan segmentos que demanden alta calidad en los productos.

En relación a la estructura organizativa del personal de esta sociedad cooperativa, se encuentran como centros más importantes por un lado el laboratorio (determina los parámetros físicos y químicos del aceite de oliva para el AOVE) y panel de cata. También cuenta con numerosos departamentos como son:

1. Departamento de calidad y de control, vela por el control de la calidad que se lleva a cabo diariamente en una industria alimentaria, y por las certificaciones que obtiene la empresa.
2. Departamento de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i), trabaja cada día para obtener productos adecuados a la demanda, innovar en mejores tipos de envase, etc.
3. Departamento de marketing y comunicación, lleva a cabo la imagen de los productos, diseño y publicidad en cualquiera de los medios, como pueden ser prensa, televisión, radio.
4. Equipo comercial, lleva a cabo la comercialización del aceite, en dicho equipo hay una división entre área nacional e internacional. Este equipo además requiere de unos adjuntos que son el soporte de ayuda al equipo comercial.
5. Departamento de informática, debido a los avances la empresa, esta debe ser cada vez más digital en el sentido de menos soporte papel, menos burocracia. Oleoestepa suele trabajar con radiofrecuencia y códigos de barras.
6. Departamento de logística y aprovisionamiento, Oleoestepa cuenta con un gran movimiento de compra de materias auxiliares (cartones, tapones, etiquetas, cajas, cristales, latas, plásticos), además cuenta con planes de partes de producción diarios a medida que se van produciendo las ventas, etc.
7. Departamento logístico del comercio a granel, los aceites se mueven desde las cooperativas hasta la planta envasadora, o hasta los clientes de cualquier parte del mundo, por lo tanto, se requiere de una flota importante de camiones.
8. Equipo de personal, responsables de la planta envasadora, son los que finalmente llevan a cabo el funcionamiento de la maquinaria para el envasado del aceite, filtrado, es decir, cualquier movimiento en esa planta.

9. Departamento de administración y finanzas, se encarga de la generación de facturas, cobros, relaciones con bancos, declaraciones con administración pública, seguridad social, nóminas, declaraciones de hacienda, IVA, IS.
10. Personal administrativo, ayuda a todas las tareas de oficina del día a día.

La cifra de negocio que tiene Oleoestepa están en el intervalo de los 80 y 150 M.€ anuales, esta cifra depende del precio del aceite en cada momento y de su producción. El precio del aceite de oliva se genera por oferta y demanda, es decir, cuando hay mucha demanda el precio es elevado, y si por el contrario hay mucha oferta y poca demanda el precio suele estar muy bajo. Este precio es muy variable, cambia cada día y cada hora, se ajusta diariamente. Además, es un mercado sensible que depende de expectativas, el clima influye bastante (si llueve baja el precio, no llueve y hay sequía en consecuencia sube el precio). En resumen, es un mercado libre e internacional, se dice que es internacional porque por ejemplo lo que ocurre en Grecia en relación a su aceite repercute en las ventas de Oleoestepa, y demás empresas del sector.

Esta Sociedad Cooperativa produce anualmente alrededor de 30 Mkg de aceite, el 50% de esta producción se destina para el consumo exterior y el resto se queda en nuestra región. De los 30 Mkg solo se envasan alrededor de 10 Mkg (1/3 de dicha producción).

3.3. ÁREAS DE NEGOCIO

El negocio de Oleoestepa es exclusivamente el Aceite de Oliva Virgen Extra. Oleoestepa solo tiene una empresa filial que está ubicada en Estados Unidos, la cual se llama Oleoestepa USA, esta empresa tiene la finalidad de servir como herramienta logística. Por la particularidad de Estados Unidos y de sus normas, Oleoestepa tuvo que hacer una filial allí, debido a que no se puede vender aceite en EEUU si no se tiene un importador o si no se tiene una empresa propia. Como consecuencia de esto Oleoestepa creó en el estado de Colorado una sede con un almacén con productos, cuya función es importarse a ellos mismos. Esta filial no tiene ningún ánimo económico, solo sirve de plataforma logística, el resultado económico se lleva a cabo en España.

Oleoestepa se encuentra en los tres sectores productivos, se puede observar esto claramente basándonos en una estructura piramidal.

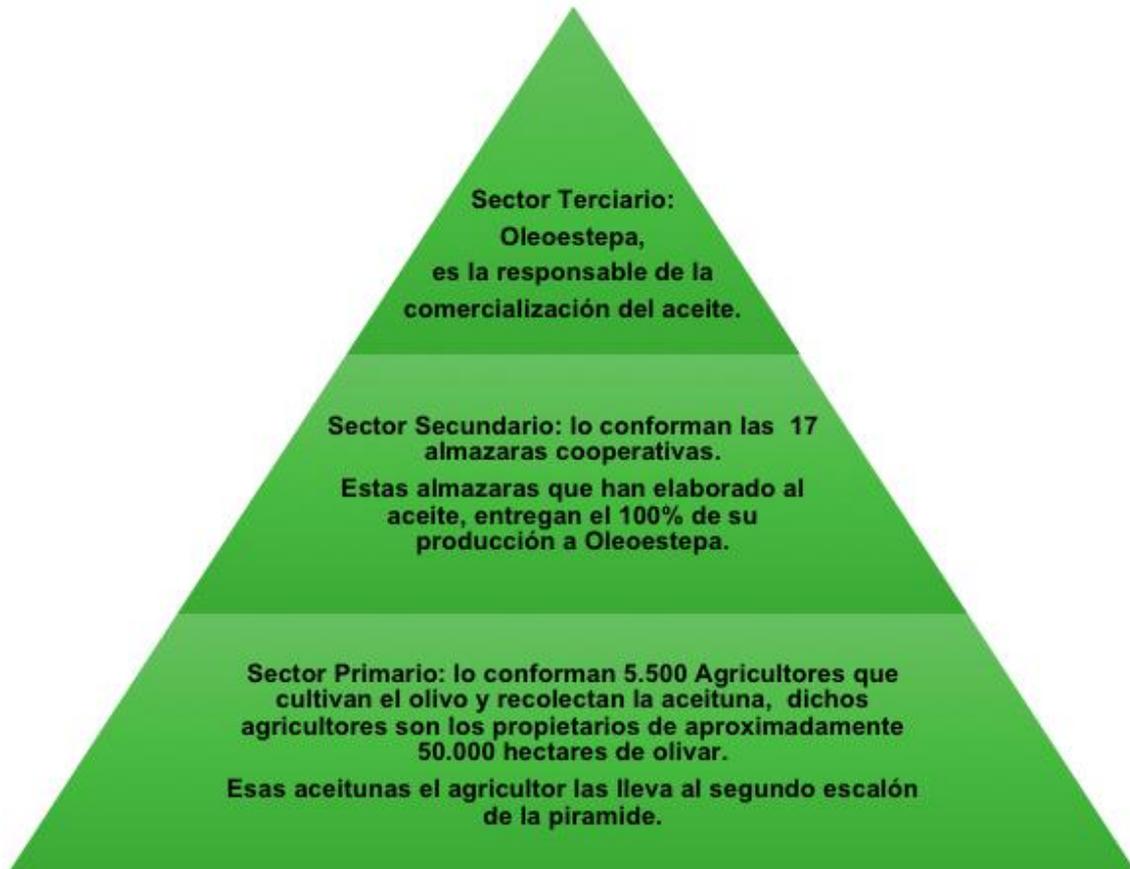


Figura 3.1. Sectores productivos de Oleoestepa

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, Oleoestepa está presente en toda la cadena de valor del aceite de oliva, desde el olivo hasta que la botella llega a cualquier parte del mundo. El compromiso entre agricultor y la empresa es mutuo, Oleoestepa tiene la obligación de comercializar, y el agricultor de entregar la aceituna.

En la actualidad existen multitud de países productores de aceite de oliva con sus respectivas etiquetas de denominaciones de origen, es decir, la procedencia de dicho producto. Se cuenta con diferentes circunstancias relacionadas con la denominación de origen, cuando en la etiqueta de la botella de aceite pone denominación de origen Estepa, quiere decir que el aceite proviene exclusivamente de la comarca de Estepa, otro caso similar a nivel nacional se da por ejemplo cuando en las etiquetas de envasado figura aceite 100% italiano, esto garantiza que el aceite es producido en Italia en su totalidad (no puede ser de otro lugar). La normativa comunitaria es la que establece esta normativa, cuando una empresa envasa un aceite de origen de diferentes países europeos, solamente se tiene que poner origen Unión Europea, es decir, se puede tener una botella italiana que ponga origen Unión Europea, y en cambio el aceite puede ser griego mezclado con italiano y con español, o español 100%, etc. Sin embargo, si la etiqueta refleja: origen Unión Europea y terceros países el aceite puede provenir de países europeos y países no europeos como pueden ser Túnez, Marruecos y Turquía.

El mercado del aceite de oliva como se puede observar es muy global. Se da el caso en empresas españolas que compran el aceite fuera de la frontera como puede ser en Túnez, Grecia, etc, el siguiente paso es traerlo a España para envasarlo, y finalmente se vende, por ejemplo, a su clientela de Estados Unidos. Dicha operación

se lleva a cabo por las siguientes circunstancias: aceite del exterior puede ser más barato, la calidad del exterior es más interesante para el consumidor final, etc.

3.4. COLABORACIÓN CON UNIVERSIDADES

Oleoestepa colabora con varias universidades y se cuenta con dos tipos de colaboración. Un tipo de colaboración es a cargo del departamento de I+D+i, en el cual se trabaja con universidades andaluzas para facilitar y colaborar en mejoras de cualquier tipo que tengan que ver con el sector del aceite de oliva, por ejemplo, trabajos de investigación de conocimiento de hojas del olivo para alimentación animal, valorización de subproductos como el orujo para generar compost (abono orgánico para devolver al campo), también se han realizado trabajos de colaboración en relación al filtrado del aceite de oliva, con el objetivo de investigar para que dicho filtrado cause el menor daño posible a los aceites y permanezcan todas sus características propias y componentes.

El otro tipo de colaboración que se lleva a cabo es con estudiantes, los cuales en su último curso de estudios realizan sus prácticas en la empresa. Se cuenta con presencia de estudiantes en distintos departamentos, como en el área de marketing, laboratorio, administración y finanzas, etc.

Colabora con las siguientes universidades: Sevilla, Granada, Jaén y Córdoba.

3.5. RELACIONES CON ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Al ser Oleoestepa una empresa agroalimentaria, depende en parte de ayudas de subvenciones, como es el caso de la Política Agraria Comunitaria (PAC). Oleoestepa se encarga de gestionar estas ayudas, es decir, las solicita y tramita para que después puedan ser concedidas a los agricultores. Por otro lado, Oleoestepa está sujeta constantemente al cumplimiento de la normativa, y como consiguiente los laboratorios oficiales de la administración pública, y los de la Sociedad hacen trabajos de colaboraciones, intercambio de trabajos para mejora, reciclado, formación de personal, etc. Además, la empresa está sujeta a todo lo que regule agricultura, consumo, sanidad, comercio, etc. Es decir, la relación con administraciones públicas es muy estrecha, ya que Oleoestepa debe de observar diariamente los temas que le competen y puedan afectar.

Esta Sociedad pertenece a varias asociaciones que representan al sector, como pueden ser: la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (ANIERAC), Asociación Española de la Industria y Comercio Exportador de Aceites de Oliva (ASOLIVA), Confederación de Cooperativas Agroalimentarias de España, organizaciones agrarias como la Asociación de Jóvenes Agricultores (ASAJA), por lo tanto debe estar informada de todas las novedades que puedan existir en el momento, y de todo lo que pueda afectar a la empresa de alguna manera u otra.

3.6. PERSPECTIVAS FUTURAS

Oleoestepa cuenta con un Plan Estratégico que se revisa con cierta frecuencia. El objetivo de dicho Plan Estratégico de una empresa es el de marcar una línea en el horizonte y definir exactamente dónde se quiere ir. Para llegar a ese punto marcado con anterioridad hay que contemplar por dónde se quiere ir, con quién, y con qué recursos (humanos, económicos, etc.). El siguiente paso es dejar todo perfectamente escrito para después comprobar su grado de cumplimiento. Oleoestepa se marcó una revisión de su Plan Estratégico en el año 2016 a tres años, donde se fijó: dónde se quería estar, y cómo se quería estar, además se llevaron a cabo diferentes medidas, entre algunas de ellas se puede destacar: el afrontamiento de una gran inversión en infraestructuras, medios, equipos, instalaciones, para así poder tener una mayor presencia industrial de los aceites.

El futuro inmediato de Oleoestepa es una apuesta clarísima por seguir vendiendo cada vez más aceite envasado con valor añadido. Se cree claramente que cuanto mayor transformación aplicas a un producto básico como es el aceite de oliva, como consiguiente se genera más valor, genera valor no solo en relación a la venta del producto y beneficio, sino que también se está generando riqueza en su entorno, en relación a puestos de trabajo que genera, la industria auxiliar como proveedores de materiales.

Destacar que el mercado nacional de aceite de oliva en España es maduro, es decir, ya está bastante explotado, no se le ven indicios de mucho más crecimiento, y por lo tanto la apuesta más clara de Oleoestepa en relación a este hecho es una apertura mayor al comercio internacional. Se piensa que los crecimientos que se esperan que lleguen serán a partir de países de fuera de nuestra frontera, en los cuales Oleoestepa tendrá que intentar ir metiendo sus marcas, en algunos mercados serán con sus marcas, y en otros casos serán con marcas del propio importador o del distribuidor de la zona, por ejemplo, Oleoestepa actualmente está envasando con su marca, pero también envasa para las marcas de Mercadona, Alcampo, Corte Inglés, Carrefour. En cualquiera de los dos casos Oleoestepa genera valor y riqueza.

CAPÍTULO 4

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En el presente trabajo se cuenta con una gran cantidad de información del sector olivarero, que va desde los datos generales a los más específicos, de los cuales se van a extraer diferentes conclusiones.

Con relación a la producción de aceite de oliva que se genera en España decir que es el país más importante a producción de aceite de oliva se refiere. A nivel regional Andalucía es la Comunidad Autónoma que más aceite produce generando alrededor del 80% de toda la producción nacional. Estos valores son beneficiosos para la economía nacional, ya que gracias a esto aumenta el empleo agrícola olivarero, el PIB y mejora la balanza de pagos, más concretamente el saldo de la balanza comercial. Con relación a la balanza comercial, en un futuro próximo pienso que podría revertir esta situación debido a que con el paso de los años se irá reduciendo el saldo negativo hasta hacerlo más pequeño, en parte gracias a la gran cantidad de aceite de oliva que exporta España a terceros países. En este sentido, hay que destacar que en el año 2010 se llegó a exportar por valor de 1.962.391 millardos y en el año 2016 se alcanzó la cifra de 3.160.988 millardos, es decir, en un periodo de 6 años, las cifras aumentaron alrededor de 1.198.597 millardos de €. Toda esta gran cantidad de exportaciones son destinadas a países como Italia, Estados Unidos, Francia, Portugal, China, etc, las operaciones que llevan a cabo estos países en cuanto a valor y peso se refieren son enormes.

En concordancia con lo anterior, cabría esperar cierta estabilidad en el sector en los próximos años. Sin embargo, se aprecia una tendencia creciente en el cultivo del olivar en zonas aparentemente hostiles a su producción a gran escala. Concretamente, sorprende la reciente explotación de 7.000 hectáreas de olivos en Arabia Saudí, cifra que pretende incrementarse en los próximos años con la incorporación de más hectáreas a la producción del olivar en esta zona. La presencia de olivos es cada vez más común en muchos lugares sin tradición olivarera a gran escala, pero eso no desplazará necesariamente a la producción española de su posición privilegiada en el ranking internacional, debido a la calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra y a las inmejorables condiciones para su cultivo (tierra y clima), especialmente en nuestra región.

Haciendo también referencia a una gran empresa del sector olivarero, como es Oleoestepa, conviene señalar que está perfectamente consolidada en el sector, con una estructura organizativa bien definida que sostiene su éxito empresarial, como demuestra su pirámide sectorial. Es decir, Oleoestepa se define por ser una empresa que, apuesta claramente por la organización y la calidad, por lo que podemos augurar un buen futuro a esta organización líder del sector olivarero.

En conclusión, el sector olivarero en España es muy maduro, pero en mi opinión puede seguir creciendo, ya que aún puede aumentar su proyección comercial en el extranjero, diferenciándose de la competencia a partir de la calidad inmejorable de sus productos y especialmente de su oro líquido: el Aceite de Oliva Virgen Extra.

AGRADECIMIENTOS

He de agradecer en primer lugar a mi tutor del Trabajo de Fin de Grado, el Dr. D. Juan Antonio Martínez Román, por su colaboración, atención, y disponibilidad en cada tutoría que he necesitado con el objetivo de sacar el máximo partido al TFG.

También quiero dar las gracias a D. Álvaro Olavarría Govantes, Director Gerente de la Sociedad Cooperativa Oleoestepa, por su amabilidad y disposición a la hora de reunirnos en varias ocasiones para tratar temas de la empresa en cuestión y hacerme ver desde un punto de vista más profesional los temas abordados.

Además, he de agradecer al Profesor de la Universidad de Sevilla Dr. D. Andrés Vázquez Duarte por la atención recibida y orientación en algún tema oleícola, en su calidad de experto en Economía Agraria.

Finalmente, no me puedo despedir sin agradecer el apoyo y la posibilidad que me han brindado mi padre y mi madre, pues gracias a su esfuerzo diario he podido estudiar una carrera universitaria.

Bibliografía

Agencia Tributaria (2016): Base de datos comercio exterior. Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España.
http://aduanas.camaras.org/?login=&pass=&impexp=E&anno=16&mes=00&meses=%2200%22&producto=TA&codprod=150910&areanacional=PR&codareanac=&areainternac=PS&codareainter=&result=PS&orden=VALOR_ESTADISTICO&tipo=ORGDES

Agencia Tributaria (2017): Base de datos comercio exterior. Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España.
http://aduanas.camaras.org/?login=&pass=&impexp=E&anno=17&mes=00&meses=%2200%22&producto=TA&codprod=150910&areanacional=PR&codareanac=&areainternac=PS&codareainter=&result=PS&orden=VALOR_ESTADISTICO&tipo=ORGDES
http://aduanas.camaras.org/?login=&pass=&impexp=I&anno=17&mes=00&meses=%2200%22&producto=TA&codprod=150910&areanacional=PR&codareanac=&areainternac=PS&codareainter=&result=PS&orden=VALOR_ESTADISTICO&tipo=ORGDES

Almaceite (2017): “Las exportaciones españolas de aceites de oliva a China y Japón suman más de 64.000 Tm al año”, revistaalmaceite.com, 24 de julio,
<https://revistaalmaceite.com/2017/07/24/las-exportaciones-espanolas-de-aceites-de-oliva-a-china-y-japon-suman-mas-de-64-000-tn-al-ano/>

Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural (2017): Junta de Andalucía. Cuentas regionales del sector agrario.
<http://www.juntadeandalucia.es/organismos/agriculturapescaeydesarrollorural/consejeria/sobre-consejeria/estadisticas/paginas/agrarias-principales-datos-economicos.html>

Consejería de Economía y Conocimiento (2017): Junta de Andalucía. Contabilidad regional anual de Andalucía.
https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/badea/operaciones/consulta/anual/2593?CodOper=b3_671&codConsulta=2593

Díaz, G. (2016): “El aceite de oliva, garantía de éxito de la marca España”, abc.es, 10 de agosto, http://www.abc.es/economia/abci-aceite-oliva-garantia-exito-marca-espana-201608100149_noticia.html

Economipedia (2012): Enciclopedia económica: PIB.
<http://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html>

Economy Weblog (2016): Estructura de la economía española por sectores económicos.
<https://economy.blogs.ie.edu/archives/2017/03/estructura-de-la-economia-espanola-por-sectores-economicos-y-empleo-2016/>

Expansión (2017): Exportaciones e importaciones de mercancías.
<https://www.datosmacro.com/comercio/importaciones/espana> ;
<https://www.datosmacro.com/comercio/exportaciones/espana>

Extenda (2017): Estudio del sector del aceite de oliva de Andalucía. Consejería de Economía y Conocimiento, Junta de Andalucía.

<https://www.extenda.es/wp-content/uploads/2018/01/ESTUDIO-DEL-ACEITE-DE-OLIVA-EN-ANDALUCIA-2017.pdf>

Gisbert, M. (2016): Estudio de mercado. el mercado de aceite de oliva en estados unidos 2016.

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2016681398.html?idPais=US>

ICEX (2016-2017): Datos exportación española de bienes, balanza comercial, comercio exterior. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, Gobierno de España.

<https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/en-cifras/index.html>

IContainers (2018): "Exportar aceite de oliva", iContainers.com,

<https://www.icontainers.com/es/exportar/aceite-oliva/>

INE (2015): Encuesta de población activa. Instituto nacional de estadística. <http://www.ine.es>

Kiritsakis, A. K. (1992): *El aceite de oliva*. Ed A. Madrid Vicente. Madrid. pp. 306.

La Vanguardia (2017): "El aceite de oliva español arrasa en china", lavanguardia.com, 12 de julio, <http://www.lavanguardia.com/vida/20170712/424071801389/aceite-oliva-exportacion-china-japon.html>

MAPAMA (2016): Índices y salarios agrarios. Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, Gobierno de España.

<http://www.mapama.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-agrarias/economia/precios-percibidos-pagados-salarios/salarios-agrarios/default.aspx>

MAPAMA (2017): Cuentas económicas de la agricultura. Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, Gobierno de España.

<http://www.mapama.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-agrarias/economia/cuentas-economicas-agricultura/>

MAPAMA (2018): Boletín mensual de estadística. Ministerio de Agricultura y Pesca,

Alimentación y Medio Ambiente, Gobierno de España. <http://www.agro-alimentarias.coop/ficheros/doc/03181.pdf>

Maté, V. (2017); Limón, R. (2017): "El aceite de oliva alcanza precios máximos en una década", elpais.com, 21 de febrero,

https://elpais.com/economia/2017/02/17/actualidad/1487358621_373669.html

Mercacei (2017): "La producción española de aceite de oliva será de 1.250.000 toneladas en la campaña 2017/18", mercacei.com, 6 de julio,

<http://www.mercacei.com/noticia/47472/actualidad/la-produccion-espanola-de-aceite-de-oliva-sera-de-1.250.000-toneladas-en-la-campana-2017/18.html>

- Mercacei (2018): "La producción australiana de aceite de oliva aumenta un 4.200% en los últimos 20 años", mercacei.com, 9 de febrero, <http://www.mercacei.com/noticia/48414/actualidad/la-produccion-australiana-de-aceite-de-oliva-aumenta-un-4.200-en-los-ultimos-20-anos.html>
- Navarro, F. (2016): "Macromagnitudes del sector agrario", Universidad de Castilla La Mancha. <https://previa.uclm.es/profesorado/scastillo/DESARROLLO%20RURAL/TRABAJOS%20ESTRUCTURAS/Macromagnitudes%20Fernanado.pdf>
- Nates, J. (2012): "España, el mayor exportador de aceite de oliva del mundo", abc.es, 24 de diciembre, <http://www.abc.es/economia/20121221/abci-aceite-oliva-201212191155.html>
- Olavarría (2017): "Primera crónica oleícola de la campaña 2017/18", *Frutado Intenso* nº38, 4-6.
- POOLred (2018): Sistema de información de precios en origen del aceite de oliva. <http://www.poolred.com/publico/PreciosActualizados.aspx?tipo=0>
- Rallo, L. (1987): *En torno al olivar: el lugar de la tecnología en la historia y en la crisis de un cultivo milenario*. Lección inaugural del curso académico 1986 – 1987 en la Universidad de Córdoba.
- Singh, Kinney y Mateos (2017): "La industria del aceite de oliva", <https://madi.uc3m.es/investigacion-internacional/mercados-industrias/la-industria-del-aceite-de-oliva/>
- Vilar, Cárdenas, (2016): "La producción mundial de aceite de oliva descenderá un 11%, según GEA iberia", europapress.es, 6 de octubre, <http://www.europapress.es/economia/noticia-produccion-mundial-aceite-oliva-descendera-11-gea-iberia-20161006145907.html>