

El Aceite de oliva de montaña en Jaén: calidad y cadena de valor

Segundo premio

Javier Sanz Cañada

Instituto de Economía, Geografía y Demografía, Consejo Superior de
Investigaciones Científicas (CSIC, Madrid)

Manuel David García Brenes

Departamento de Economía Aplicada II- Universidad de Sevilla

Manuel Barneo Alcántara

Ingeniero Agrónomo. Consultor Señor en Marketing Alimentario, Agricultura
Ecológica y Medio Ambiente

El olivar tradicional de montaña, que responde mayoritariamente a plantaciones tradicionales en pendientes de más del 15%, en secano y de bajo rendimiento, representa el 40% de la superficie olivícola provincial jienense. Este artículo es un resumen de la publicación de la investigación que tiene como finalidad estimar y analizar las cadenas de valor de los aceites de montaña en Jaén y su diferenciación territorial, con el fin de aportar información para la aplicación de políticas públicas sobre los productos agroalimentarios de calidad diferencial en la UE. El análisis de rentabilidad se segmenta por tipos de sistemas de cultivo de olivar y por zonas oleícolas de montaña -con DOP y sin DOP- y de campiña.

El objetivo preliminar del trabajo de investigación es definir las coordenadas territoriales, tanto a nivel económico como social y ambiental, de los sistemas oleícolas locales de montaña en Jaén, que permiten explicar cómo se conforman las respectivas cadenas de valor y su variabilidad espacial en un contexto de análisis de la calidad de los aceites: se hace un especial énfasis en el estudio de las relaciones entre los agentes económicos e institucionales locales y el territorio. El objetivo final del trabajo es examinar las desventajas competitivas, en términos de rentas diferenciales, de los sistemas oleícolas locales de montaña, en comparación con los de campiña, en materia de ingresos, costes y rentabilidad: se desagrega el análisis por etapas productivas de las cadenas oleícolas -olivicultores, almazaras y empresas comercializadoras-, se diferencia el análisis entre las cadenas de aceite a granel y de aceite envasado y se consideran especialmente el aceite ecológico y el aceite con etiqueta de DOP. La investigación también pretende verificar si los aceites jienenses de montaña presentan características de tipicidad, en comparación con los aceites de campiña, que puedan generar atributos específicos de marketing-mix destinados a obtener rentas de diferenciación mediante las etiquetas de las DOP, que

contrarresten las desventajas productivas de los agentes y empresas oleícolas de montaña. La metodología del trabajo combina la compilación y el análisis de fuentes secundarias, estadísticas y bibliográficas, con la generación de información procedente de fuentes primarias, centradas en la realización de entrevistas a expertos locales y testigos privilegiados.

Los resultados del trabajo reflejan que el grado de marginalidad económica del olivar tradicional de montaña, en alta pendiente y en secano, es considerablemente alto y afecta a una gran extensión de la geografía de la provincia de Jaén. Se demuestra que esta tipología de sistema de cultivo tiene en todas las zonas oleícolas jienenses una rentabilidad media negativa, no sólo en términos de rentabilidad privada, sino incluso también si incluimos en dicha estimación las subvenciones de la PAC.

“...el grado de marginalidad económica del olivar tradicional de montaña, en alta pendiente y en secano, es considerablemente alto y afecta a una gran extensión de la geografía de la provincia de Jaén...”

Por otra parte, las zonas de campiña obtienen mejores ratios de rentabilidad que las zonas de montaña: suponen cada una respectivamente la mitad de la superficie olivícola de Jaén. Sin embargo, esto no impide que únicamente entre el 8 y el 13% de la superficie de cultivo de las diferentes zonas oleícolas de la provincia -montaña con y sin DOP y campiña- obtengan valores positivos de rentabilidad privada.

Con el fin de compensar la situación de rentabilidades bajas o negativas de aceites que se comercializan de forma altamente mayoritaria a granel, se han emprendido en el pasado reciente en Jaén dos tipos de alternativas, pero

todavía de magnitud insuficiente para dar un vuelco a la rentabilidad media de los sistemas oleícolas de montaña. En el aceite a granel, se han impulsado, a distintas escalas geográficas en Jaén, entidades comercializadoras de segundo grado. En segundo término, a pesar de que la implantación de etiquetas de DOP no haya contribuido suficientemente, a escala macro-territorial, a contrarrestar las desventajas productivas de los sistemas oleícolas de montaña, sí ha servido para que una serie de empresas de calidad diferencial consiga obtener rentas de diferenciación significativas; además, su contribución al desarrollo de interprofesionales oleícolas a escala local, así como su función de dotación y gestión colectiva de servicios, justifican la importancia de su existencia. También se demuestra en el trabajo que las experiencias de producción de aceite ecológico, todavía minoritarias, logran niveles de rentabilidad diferencial significativamente superiores a la producción de aceite convencional: el fenómeno emergente, aunque aún minoritario, de la olivicultura ecológica en campiña, inexistente hasta hace poco, responde a la certeza de obtener mayores rentas de diferenciación, incluso con los graneles, en una época de precios bajos.

Por otra parte, un atributo de comercialización que puede ser empleado por las empresas de aceite de montaña que producen aceite de calidad diferencial, integrándose también en el “marketing mix” de los sellos de DOP y ecológico, es la diferenciación físico-química y organoléptica entre los aceites de montaña y los aceites de campiña, lo que ha sido escasamente utilizado por las DOP jienenses hasta el momento actual. Así, se demuestra que las condiciones diferenciales en la radiación solar y en la maduración del fruto influyen en que los aceites de montaña de la variedad Picual son más ricos que los de campiña en antioxidantes naturales y tienen una composición en ácidos grasos con mayor proporción de monoinsaturados, entre otros aspectos. Como consecuencia, los aceites de sierra son de media más saludables, tienen una mayor estabilidad y una mayor resistencia al enranciamiento que los de campiña, así como una mayor intensidad aromática y un mayor frutado. Por otra parte, el olivar de sierra de la DOP de Cazorla tiene como elemento distintivo el hecho de albergar la variedad Royal, en un entorno muy extenso exclusivamente monovarietal.

En un contexto económico de precios bajos en los mercados internacionales de aceite a granel, el olivar de montaña va a tener en el futuro próximo serios problemas de competitividad con respecto a los olivares de regadío intensivo que, aunque minoritarios en Jaén, se encuentran en clara expansión en otras zonas de campiña españolas e internacionales. Asimismo, desde una óptica ambiental, el olivar de montaña tiene una fuerte potencialidad de producción de externalidades ambientales negativas, sobre todo en términos de erosión y degradación de los suelos. Además, la conservación de la biodiversidad de los paisajes de olivar de montaña no es sólo un bien público a preservar, sino también un preciado recurso susceptible de poner en valor. Cara a la aplicación de las políticas públicas, como es el caso de la PAC 2014-2020, se requiere hacer un especial énfasis en la puesta en marcha de políticas de carácter multifuncional al olivar de montaña, en aras de evitar un abandono masivo de explotaciones, que retribuyan a los sistemas oleícolas locales en su calidad de productores de bienes públicos. La olivicultura ecológica, las denominaciones de origen, la comercialización local en común, las estrategias de puesta en valor del patrimonio natural y cultural oleícola local, así como otra serie de redes e instituciones derivadas de la acción colectiva, pueden protagonizar en el futuro próximo nuevas oportunidades de desarrollo territorial para el olivar de montaña.

