

LIBRO JUBILAR
EN HOMENAJE AL PROFESOR
ANTONIO GIL OLCINA

EDICIÓN AMPLIADA

PUBLICACIONES
UNIVERSIDAD DE ALICANTE

**LIBRO JUBILAR EN HOMENAJE
AL PROFESOR ANTONIO GIL OLCINA**

EDICIÓN AMPLIADA

**LIBRO JUBILAR
EN HOMENAJE AL PROFESOR
ANTONIO GIL OLCINA**

EDICIÓN AMPLIADA

INSTITUTO INTERUNIVERSITARIO DE GEOGRAFÍA
UNIVERSIDAD DE ALICANTE

Publicaciones de la Universidad de Alicante
03690 Sant Vicent del Raspeig
publicaciones@ua.es
<http://publicaciones.ua.es>
Teléfono: 965 903 480
Fax: 965 909 445

© los autores, 2016

© de la presente edición: Instituto Interuniversitario de Geografía y Universidad de Alicante

ISBN: 978-84-16724-09-3
DOI: <http://dx.doi.org/10.14198/LibroHomenajeAntonioGilOlcina2016>

Coordinación:
Jorge Olcina Cantos y Antonio M. Rico Amorós

Edición, composición y diseño de cubiertas:
Clotilde Esclapez Selva



Esta editorial es miembro de la UNE, lo que garantiza la difusión y comercialización de sus publicaciones a nivel nacional e internacional

Reservados todos los derechos. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

LA EXPANSIÓN GEOGRÁFICA DE LA OLIVICULTURA EN LA GLOBALIZACIÓN

José Domingo Sánchez Martínez*

Departamento de Antropología, Geografía e Historia
Universidad de Jaén

1. INTRODUCCIÓN

El aceite de oliva, no obstante su profundo entronque en la cultura mediterránea y, en términos generales, la magnífica consideración gastronómica y nutritiva que ha alcanzado en los últimos tiempos, significa todavía una ínfima cantidad de las grasas vegetales que se consumen en el mundo. Ahora bien, si se tiene en cuenta el paulatino incremento de la demanda -algo igualmente aplicable a las aceitunas de mesa, el otro producto esencial del olivo- resulta que su venta en los mercados internacionales se presenta como una gran oportunidad económica para los territorios que tienen condiciones para el cultivo. Es así como puede explicarse, por ejemplo, el destacado protagonismo que ha alcanzado en el sur de España y, más en particular, el carácter de monocultivo casi exclusivo que tiene en la provincia de Jaén.

En perspectiva histórica, el olivar ha conocido varias etapas de expansión geográfica. La más reciente destaca por romper las fronteras del clima mediterráneo y dotarse de los medios que permiten un nuevo salto productivista. En los países tradicionalmente productores se pretende también incrementar la superficie cultivada y, muy especialmente, extender una nueva revolución verde que permita rentabilizar los resultados económicos que actualmente se obtienen en las explotaciones agrarias.

La consecuencia es un constante crecimiento de la superficie cultivada y del consumo de alimentos derivados del olivo en todo el mundo. En el presente trabajo tratamos de acercarnos a las lógicas que explican estos procesos, reparando en las dispares dinámicas que desencadenan en función de las características de los territorios en los que se producen. En particular, nos fijaremos en el papel fundamental que España está jugando en este flujo globalizador, en términos tanto de exportación de producto como de generador de conocimiento, capital y tecnología aplicados

* Teléfono: 953212957. E-Mail: jdsanche@ujaen.es

por doquier. Igualmente, nos detendremos brevemente para dibujar el horizonte de algunos países representativos en los que están apareciendo nuevos paisajes olivareros, como puedan ser Marruecos, Portugal, Argelia, Australia, China, Uruguay o Brasil.

2. PRODUCCIÓN DE ACEITE DE OLIVA EN EL PANORAMA DE LAS GRASAS VEGETALES

Entre los habitantes del Mediterráneo, la ingesta de aceite de oliva está tan arraigada que se dan casos en los que el lenguaje ha establecido una división de categorías entre esta grasa vegetal y el resto¹. La realidad a escala mundial es, desde luego, muy diferente. De hecho, el aceite de oliva es tan solo la octava grasa vegetal más consumida y su participación en la cesta que agrupa a las principales es bastante modesta, como se recoge en la tabla nº 1. Se trata, en efecto, de apenas el 2% mundial, suponiendo una cantidad total cercana a los 3 millones de *tn*, lo que distribuido equitativamente entre los aproximadamente 7.000 millones que pueblan el planeta nos da una cifra media (con una dispersión típica sin duda extraordinaria²) de apenas 460 *gr* por persona al año.

Procedencia/ año	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	Promedio	Aumento (%)
Palma (fruta)	41,08	43,99	45,86	47,93	50,57	45,89	23,10
Soja	37,69	35,87	38,83	41,17	42,03	39,12	11,51
Colza	18,44	20,51	22,32	23,32	23,37	21,59	26,74
Girasol	10,11	11,97	12,13	12,16	14,07	12,09	39,17
Palma (semilla)	4,88	5,17	5,50	5,60	5,88	5,41	20,49
Algodón	5,20	4,78	4,63	5,00	5,38	5,00	3,46
Cacahuete	4,86	5,02	4,67	5,14	5,17	4,97	6,38
Coco	3,54	3,54	3,63	3,69	3,69	3,62	4,24
Oliva	2,78	2,78	3,05	3,01	3,06	2,94	10,07
Total	128,58	133,64	140,61	147,03	153,21	140,61	19,16
% Oliva/Total	2,16	2,08	2,17	2,05	2,00	2,09	--

Tabla 1. Evolución de la producción mundial de las principales grasas vegetales en el mundo (millones de *tn*) y significación del aceite de oliva entre 2007/2008 y 2011/2012. Fuente: USDA, Foreign Agricultural Service. *Oils Crops Outlook Report and Yearbook*, 2012. [http://usda.mannlib.cornell.edu/usda/ers/89002/2012/index.html](http://usda.mannlib.cornell.edu/MannUsda/viewStaticPage.do?url=http://usda.mannlib.cornell.edu/usda/ers/89002/2012/index.html) (acceso 30/05/2013)

1 Así, en portugués el término *azeite* se reserva para el de oliva, mientras *oleo* se refiere a cualquier otro tipo de grasa vegetal.

2 Por ejemplo, en 2012 en España se consumieron 426,1 millones de *kg* de aceite de oliva (una media aproximada de 9,26 *kg* per cápita, con un gasto correspondiente de 22,8€). Para ese año, la ingesta media de grasa vegetal se elevó a 12,96 *kg* per cápita, equivalentes a un gasto de 27,6€. El aceite de girasol fue el preferido después del de oliva, con un consumo por persona de 3,34 *kg* y un desembolso de 4,3€. <http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/panel-de-consumo-alimentario/base-de-datos-de-consumo-en-hogares/resultado1.asp> (acceso 31/05/2013)

De la información cuantitativa que aparece en la tabla que estamos comentando, podemos resaltar algún otro aspecto significativo, como el incremento generalizado de la producción de este conjunto de *commodities*, que resulta especialmente destacado en los casos del girasol, la soja, la palma y la colza, cuyo crecimiento no ha conocido retrocesos ni estancamientos durante el último quinquenio. El aumento de la población mundial y de los niveles de consumo de las clases sociales más empoderadas económicamente explica, en todo caso, este comportamiento alcista. Por otra parte, que su crecimiento supere con claridad al conseguido por el aceite de oliva se debe, sin duda, a razones que tienen que ver con el precio de cada una de estas mercancías, pero también a cuestiones de tipo cultural.

3. ACEITE DE OLIVA Y ACEITUNAS DE MESA: ALGUNAS MACRO-MAGNITUDES BÁSICAS

Si el consumo de aceite de oliva a nivel mundial es minoritario, es debido en parte a que su producción y consumo, por el momento, siguen estando muy concentradas en la región donde se domesticó esta planta tan singular, es decir, porque la cultura del aceite de oliva no está ni mucho menos mundializada. Para ilustrar este asunto hemos confeccionado la tabla 2, que es una especie de *matrioska* inversa de carácter geográfico-estadística, que nos aclara lo siguiente: casi toda la producción mundial se localiza en los países ribereños del Mediterráneo, el mayor protagonismo lo alcanza España, país en el que a su vez se repite el esquema de concentración a nivel regional (Andalucía) y provincial (Jaén). Como estas dos últimas apreciaciones no están respaldadas en la referida tabla, baste señalar que en la campaña 2011/2012 se produjo en Andalucía el 39,13% de la producción mundial, en concreto algo más de 1,33 millones de *tn* de aceite; y que de ese total, 678.472 *tn* (el 19,9% del mundial) se obtuvieron en la provincia de Jaén³. Desde luego, la comparativa de estas últimas cifras correspondientes a una sola campaña y las recogidas en la tabla 2, que muestran promedios quinquenales, son una prueba manifiesta de las importantes variaciones productivas de carácter espacio-temporal a que está sujeto este cultivo.

La mayor parte del consumo y la exportación corresponde también a los países del Mediterráneo. Ahora bien, analizando la evolución de la última década (Sánchez y Gallego, 2012), esta región ha reducido ligeramente su participación en términos de producción y consumo, hechos que se explican en la captación de más mercados y en la aparición de nuevos terri-

³ Esta lógica se difumina a escalas mayores, pues la superficie ocupada por el cultivo es muy homogénea en todas las comarcas y municipios de esta provincia, hasta suponer casi el 90% de todas las tierras labradas, un panorama donde no faltan ejemplos de monocultivo absoluto a nivel municipal (Sánchez y Gallego, 2011).

torios productores. De todas formas, se trata de cantidades que no ponen en riesgo la concentración geográfica de la producción (véase Gráfico 1a), si bien el consumo se ha dispersado en mayor medida. Para el caso de la producción, por ejemplo, el primer país no mediterráneo es Argentina, que obtuvo cantidades medias en el período de referencia que se ha empleado para construir el gráfico 1 de tan solo el 0,8%, en el que no aparece al ocupar el undécimo puesto.

Área geográfica	Producción		Consumo		Importaciones		Exportaciones	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
España	1.297,4	44,2	549,1	18,7	28,1	4,2	168,5	26,7
U. Europea	2.161,0	73,6	1.876,1	64,1	121,6	18,0	419,7	66,5
Mediterráneo	2.869,0	97,8	2.363,0	80,8	152,0	22,6	609,3	96,6
Mundo	2.934,4	100,0	2.926,3	100,0	673,0	100,0	630,8	100,0

Tabla 2. Cifras medias (en miles de *tn*) de producción, consumo, importaciones y exportaciones de aceite de oliva correspondientes al quinquenio 2006/2007-2011/2012. Fuente: Consejo Oleícola Internacional. http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures?lang=es_ES (acceso 31-05-2013)

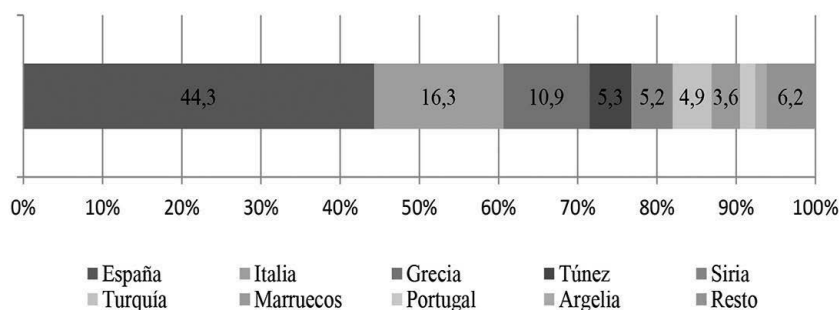


Gráfico 1a. Ránking y peso relativo de los diez principales países productores de aceite de oliva (promedios de las campañas 2006-2007 a 2011-2012). Fuente: Consejo Oleícola Internacional (acceso 31-05-2013). http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures?lang=es_ES

En relación a los principales consumidores (Gráfico 1b), la mayor novedad es la aparición de algunos gigantes demográficos y económicos en las primeras posiciones de la clasificación, destacando por encima de todos Estados Unidos, pero también países inicialmente más alejados de la dieta mediterránea como Reino Unido, Alemania, Brasil, Australia o Japón. De todas formas, se trata de ejemplos todos ellos en los que el consumo relativo está muy por debajo del alcanzado en los bastiones de esa cultura alimentaria.

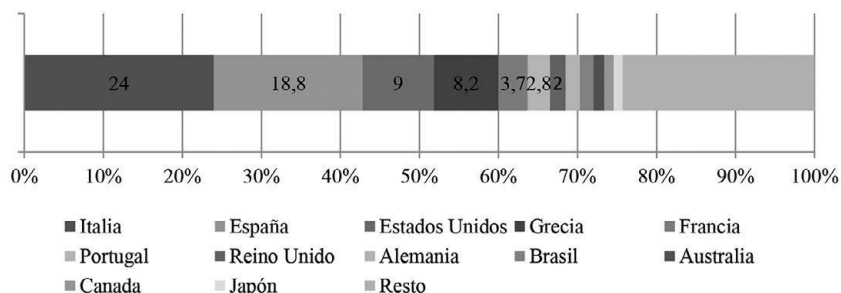


Gráfico 1b. Ranking y peso relativo de los principales países consumidores de aceite de oliva (promedios de las campañas 2006-2007 a 2011-2012). Fuente: Consejo Oleícola Internacional (acceso 31-05-2013). http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures?lang=es_ES

Respecto a las aceitunas de mesa, los aspectos más característicos que podemos señalar son, por un lado, el protagonismo de los países mediterráneos no europeos en la producción; así como un menor porcentaje de consumo en el interior de esta gran área geográfica mediterránea, lo que implica la liberación cantidades relativas ligeramente más elevadas para su venta en el resto del mundo, tal y como se recoge en la tabla 3.

Área geográfica	Producción		Consumo		Importaciones		Exportaciones	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
España	562,8	24,5	170,1	7,6	0,7	4,3	194,7	30,7
U. Europea	722,5	31,5	578,6	25,9	121,6	18,0	263,7	41,6
Mediterráneo	2.102,1	91,5	1.616,2	72,2	152,0	22,6	602,9	95,1
Mundo	2.296,8	100	2.237,2	100	673,7	100	633,7	100

Tabla 3. Cifras medias (en miles de *tn*) de producción, consumo, importaciones y exportaciones de aceitunas de mesa correspondientes a las campañas 06/07-11/12. Fuente: Consejo Oleícola Internacional (acceso 31-05-2013). http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures?lang=es_ES

4. LA DIFUSIÓN DEL CULTIVO

El olivo (*Olea europea*) es la única planta de interés agrícola de su género, perteneciente a la familia Oleáceas, de la que se han descrito unas 600 especies. El hábitat del olivo se sitúa en la franja comprendida entre los paralelos 30° y 45° de ambos hemisferios, en regiones que se caracterizan por presentar veranos secos y calurosos, si bien en el caso del hemisferio sur el olivar está penetrando en latitudes tropicales en zonas de clima modificado por la altitud (Civantos, 2004).

Inicialmente, la domesticación y expansión de esta planta por el Mediterráneo ocupa toda la Antigüedad. El primer registro arqueológico que muestra evidencias de su cultivo se localiza en el yacimiento Teleylhat Ghassull, al norte del Mar Muerto, cuya antigüedad se cifra en 3.500-4.000 años. Los análisis de los endocarpos conservados en los molinos de este asentamiento han permitido notar iniciales pero decisivas diferencias respecto a las acebuchinas, en especial el mayor tamaño del fruto, un factor que revela la búsqueda de más proporción de contenido graso, lo que a su vez declara la presión selectiva ejercida por el hombre.

La principal innovación que permitió asentar el cultivo, facilitando de paso su expansión geográfica y su diversificación varietal, fue la clonación vegetal. Este descubrimiento de multiplicación asexual (utilizado igualmente para extender la vid, la palmera datilera o la higuera), a partir de propágulos de gran tamaño (estacas, garrotes, tocones o zuecas), sería la respuesta óptima al escaso avance conseguido con anterioridad mediante el empleo de semillas; una opción cultural consolidada en el caso de las plantas anuales desde los primeros ensayos con cereales y leguminosas, pero que ralentizaba el proceso de entrada en madurez productiva del arbolado y, sobre todo, que reducía la elección de características de interés económico, pues las descendencias tendrían una gran cantidad de tipos para la mayoría de los caracteres de la planta. La propagación vegetativa, por tanto, aceleró el proceso de selección y con la mejora de las utilidades económicas, se aceleró la expansión del cultivo. La repetición del ciclo de selección y la interfertilidad con el acebuche propiciaron, pues, la diversificación varietal y la incorporación de material genético, que permite a la planta cultivada superar importantes limitaciones ambientales regionales o locales como la sequía, la salinidad e incluso el fuego (Rallo *et al.*, 2005).

En su periplo por el Mediterráneo, se cree que fue traída a la Península Ibérica por los fenicios, si bien las primeras evidencias se han recogido en las colonias griegas. No obstante, su verdadera importancia económica comenzó a partir de la finalización de las Guerras Púnicas (146 a. C.), momento que marca el comienzo de una incipiente especialización productiva y exportadora en la *Baetica*, si bien su cultivo se extendió por todas las regiones hispánicas de ambiente favorable.

Como otras muchas especies vegetales y animales, el olivo llegó a América en los barcos de los conquistadores, siendo la Baja Andalucía lugar preferido de recolección del material genético que se exportaba⁴. Desde el siglo XVI se abre una etapa de aclimatación en territorios de condiciones

4 El Inca Garcilaso de la Vega, en sus *Comentarios Reales de los Incas*, describe, por ejemplo, la llegada de los tres primeros plántones vivos de olivo procedentes de Sevilla del centenar de posturas que fueron embarcadas a Lima en 1560, desde donde se habrían expandido por zonas favorables de Perú y el norte de Chile (Hidalgo, 1993).

comparables a las que su lugar de origen en zonas de lo que hoy es México, Perú, Chile y Argentina (en la década que se inicia en 1560), y posteriormente a California o Brasil (Hidalgo, 1993; Grillo *et al.*, s.f.). En todos estos lugares, la continuidad de la reproducción asexual de la planta originó nuevas variedades locales. Eso sí, frente a lo ocurrido con otras plantas de procedencia euroasiática llevadas al continente americano, en el período colonial el olivar nunca alcanzó gran protagonismo productor o exportador, siendo destinado fundamentalmente a consumos locales. En realidad, se tenía que recurrir a la importación de caldos peninsulares, procedentes sobre todo de las provincias de Sevilla y Cádiz, para satisfacer las necesidades de la población de procedencia española (García, 1985). Se estaba asistiendo, una vez más y no sería la última desde luego, a un proceso que casi nos atrevemos a calificar de universal: en todos los países donde hoy se cultiva el olivar, el consumo ha precedido y alentado la producción.

Tras pasados los confines geográficos del Mediterráneo, el olivar continuó expandiéndose por el resto de continentes. Se trata, en esta ocasión, de procesos mucho más recientes y que siguen patrones muy diferentes a los descritos hasta ahora. Para empezar, se basan por lo general en la importación de variedades muy reconocidas en sus respectivos países de procedencia (fundamentalmente de España, Italia y Grecia). Además, se concebirán siempre como cultivos intensivos, para atender al mercado interior en unos casos, para favorecer la exportación en otros, pero siempre basados también en procesos productivos marcados por la búsqueda de parámetros de calidad suficiente que permita la salida a los mercados mundiales. El caso es que, lo que podríamos denominar como tercera gran oleada de expansión geográfica del olivar, permitió su presencia en países como China o Australia. Más recientemente se producen ensayos de aclimatación en determinadas zonas de Etiopía, Madagascar, Corea del Sur o el Salvador, países que resultan aún más exóticos y que consolidan la idea de que no se trata de un cultivo exclusivamente mediterráneo.

Resultado de estas tendencias, la superficie de olivar en el mundo se ha ido incrementando desde la segunda mitad del siglo XX de forma constante, hasta casi cuadruplicarse en los últimos cincuenta años, de acuerdo con los datos que recoge puntualmente la FAO (gráfico 2) si bien mostrando patrones de comportamiento diferenciados. Por ejemplo, en los países norteafricanos se conoció una importante fase de expansión hasta los años setenta, que ahora intenta reproducirse y ampliarse. En España, Grecia y posteriormente Portugal, se ha observado con claridad el efecto derivado de la adhesión a la Unión Europea, en la que han existido eficaces mecanismos de promoción del cultivo. En nuestros días hay varios países, que después analizaremos con cierto detalle, que se han propuesto, en el lapso de apenas una década, alcanzar una superficie cercana al millón de

ha, (Marruecos, Argelia, China), además de otros casos que pretenden convertirse en algo parecido a un nuevo Eldorado, como puedan ser los casos de Uruguay o Brasil, donde podría ocurrir algo parecido a lo que ya sucedió en Argentina unos años antes, en concreto en las Provincias de Catamarca, San Juan, La Rioja o Mendoza (Grillo *et al.*, s. f.).

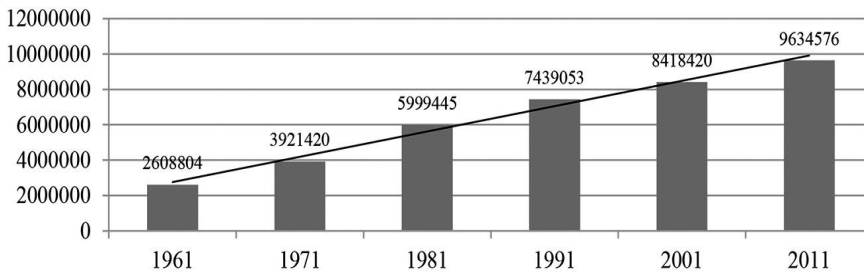


Gráfico 2. Evolución de la superficie ocupada por el cultivo del olivar (ha) en el mundo.
Fuente: FAO Estadísticas (acceso 31-05-2013). <http://faostat.fao.org/site/567/DesktopDefault.aspx?PageID=567#ancor>

En paralelo al crecimiento de la superficie ocupada por el cultivo, se asistía también a la incorporación de los nuevos países productores, cuyo número se ha doblado en el lapso de tiempo que estamos refiriendo. Los datos recogidos en el gráfico 3 así lo atestiguan, si bien esta nómina se refiere únicamente a los casos recogidos por el servicio estadístico de la FAO.

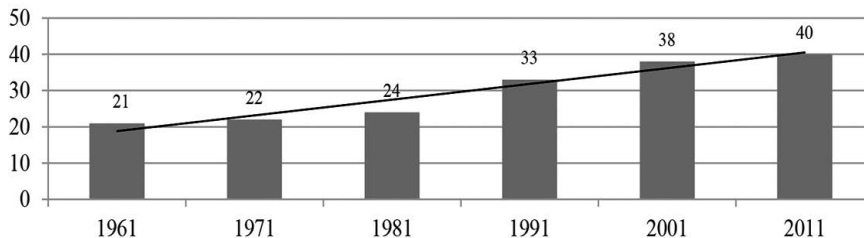


Gráfico 3. Evolución del número de países donde se cultiva el olivar. Fuente: FAO Estadísticas (acceso 31-05-2013). <http://faostat.fao.org/site/567/DesktopDefault.aspx?PageID=567#ancor>

Esta relación es coincidente con la que utiliza el Consejo Oleícola Internacional para reflejar datos de producción. Sin embargo, con informaciones recogidas por investigadores particulares, se puede ampliar. Por ejemplo, en una de las más reputadas guías de los aceites de alta calidad que se producen en el mundo, encontramos cinco países más en los que ya hay producción o al menos plantaciones experimentales (Oreggia, 2012). Cuatro más son tenidos en cuenta en la obra de El Kholy (2013). El resultado de la suma de los datos de ambas fuentes nos arroja la relación recogida en la tabla nº 4, en la que están incluidos 50 países.

Europa (16)	África (7)	Asia (15)	América (10)	Oceanía (2)
Albania	Argelia	Afganistán	Argentina	Australia
Armenia	Egipto	China	Brasil	Nueva Zelanda
Azerbaiyán	Etiopía	India	Chile	
Bosnia y Herz.	Libia	Irán	Colombia	
Bulgaria	Marruecos	Iraq	El Salvador	
Chipre	Sudáfrica	Israel	Estados Unidos	
Croacia	Túnez	Japón	México	
Eslovenia		Jordania	Perú	
España		Kuwait	Uruguay	
Francia		Líbano		
Grecia		Siria		
Italia		Palestina		
Macedonia		Turquía		
Malta		Uzbekistán		
Montenegro		Yemen		
Portugal				

Tabla 4. Relación de países donde está presente el cultivo de olivar . Fuentes: FAO Estadísticas, Oreggia (2012) y El Kholly (2013). <http://faostat.fao.org/site/567/DesktopDefault.aspx?PageID=567#ancor> (acceso 31-05-2013).

En cualquier caso, en todos sitios los aumentos de producción se deben más a las mejoras culturales que a la propia expansión física. Y eso está originado, como decíamos al principio, por la generalización de diferentes métodos de intensificación productiva. De lo que no cabe ninguna duda es que estos crecimientos han ido siendo absorbidos por el mercado. Y que han generado una subida de igual tendencia en términos de exportación, lo que de momento hace desaparecer cualquier temor de generación de excedentes.

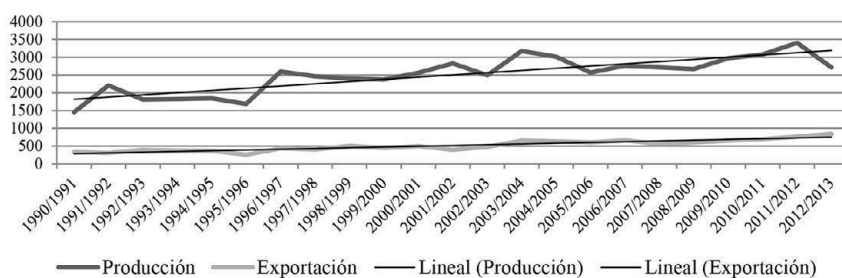


Gráfico 4. Evolución absoluta (en miles de tn) y línea de tendencia de la producción y la exportación de aceite de oliva en el mundo (1990-2013). Fuente: Consejo Oleícola Internacional (acceso 31-05-2013). http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures?lang=es_ES

Más allá de expansiones superficiales *in fieri*, planificadas o deseadas, en la últimas décadas el papel de España ha sido la clave que nos permite comprender los crecimientos tan extraordinarios de la producción y exportación de aceite de oliva en el mundo (Gráfico 5). No hay duda de que se

trata de un caso en el que se obtienen rendimientos muy superiores a la media, como lo demuestra el hecho de que con el 25,69% de la superficie (2,48 millones de *ha* en 2011), produce hasta el 44,2% del aceite mundial, y exporta una cuarta parte de ese total (Tabla 2). Estas cifras revelan la existencia de un proceso de intensificación productiva que ha sido reiteradamente explicado en el contexto de aplicación de las máximas y lógicas inherentes a la Política Agraria Común existente en el momento de adhesión del país a la Unión Europea, que no fueron modificadas sustancialmente hasta 1998 (Sánchez, Araque y Gallego 2011.)

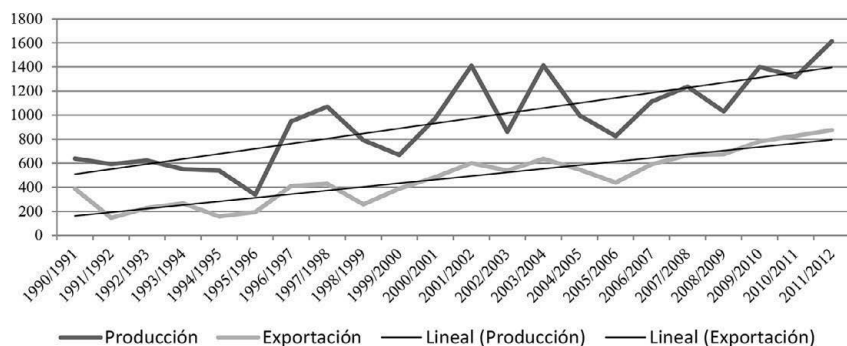


Gráfico 5. Evolución absoluta (miles de *tn*) y línea de tendencia de la producción y la exportación de aceite de oliva español (1990-2012). Fuentes: Consejo Oleícola Internacional y Agencia del Aceite de Oliva (acceso 31-05-2013). http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures?lang=es_ES
http://aplicaciones.magrama.es/pwAgenciaAO/InfMercadosAceite.aaoo?dato_de=EXPORTACION&opcion_seleccionada=4140&control_acceso=S&idioma=ESP

En la práctica, la expansión del regadío, la densificación de las plantaciones, la aplicación generalizada e incluso abusiva de fertilizantes y productos fitosanitarios, así como la progresiva mecanización de las labores, han sido los factores fundamentales de este episodio destacado de la revolución verde del cultivo olivarero (Sánchez, Gallego y Araque, 2008). Ahora bien, lejos de generar ventajas absolutas, se trata de un proceso que se ha cobrado notables réditos ambientales y socioeconómicos (Delgado, 2012). La extensión por el mundo de la dieta mediterránea, en realidad, está sujeta a la generación de una importante huella ecológica en estas zonas de monocultivo extremo (Scheidel y Krausmann, 2011).

5. ALGUNOS CASOS DIGNOS DE CONSIDERACIÓN

En efecto, la característica compartida por las más recientes expansiones geográficas del olivar es la introducción de métodos de producción intensivos y super-intensivos, que podemos considerar como las últimas puestas a punto de un proceso de revolución verde que está recorriendo

intensamente el sector. Curiosamente, el interés por desarrollar estos métodos agronómicos que permiten mayor producción (sin renunciar por ello a obtener un porcentaje significativo de caldos de calidad) y reducir el coste de la mano de obra, han venido de países euro-comunitarios como España, en los que se han presentado como la vía oportuna para competir en condiciones de mercado estricto, es decir, para olivares que no se pudieran acoger a ningún tipo de ayuda procedente de la PAC. Esto marca el inicio del proceso a finales de los años noventa del siglo pasado, cuando se decretó la supresión de estas ayudas para las nuevas plantaciones y se empezó a barajar la aparición de un escenario en el que las subvenciones dejaran de tener un peso significativo en la cuenta de resultados de las explotaciones (Gallego, Araque y Sánchez, 2002).

El caso es que el prototipo de explotación moderna es la que cuenta con una superficie lo suficientemente grande (esto es una novedad en un cultivo que ha sido tradicionalmente minifundista) como para justificar la completa mecanización de las labores agrícolas; así como la creación de una almazara en el mismo pago para tratar de acaparar la mayor parte del valor añadido que se genera desde el campo a la mesa, esto es, que se plantea como paso necesario para el embotellado y la distribución desde la misma organización empresarial. La rapidez de la cosecha, la elección del momento óptimo de recolección, y la gran capacidad industrial de estos modernos molinos aceiteros, son elementos propios de la existencia de una cultura compatible con los deseos de alcanzar los mercados más exigentes del mundo. Una prueba de ello es la inmediatez con la que aparecen en estos nuevos territorios productores los controles y distintivos de calidad. Este es el caso de la *Australian Certified Extra Virgin* o de las diferentes denominaciones de origen que rápidamente se han puesto en marcha en países como Chile, Perú o los Estados Unidos.

De esta manera, frente a la opción mayoritaria de los productores tradicionales (el caso de España entre ellos), que se encuentran anclados en una especialización centrada en la obtención de las mayores cantidades posibles de aceite, para ser comercializado básicamente como mercancía a granel, en los novísimos productores prima la búsqueda de productos *delicatessen*. El ejemplo más extremo es el de Japón, pues con apenas 200 *ha* cultivadas cuenta con 21 almazaras y donde, a pesar de tener unas producciones que a escala mediterránea resultan ridículas (10-16 *tn* de aceite), tienen hasta 7 marcas que consiguen la puntuación mínima para figurar en una de las guías mundiales que recoge los mejores aceites vírgenes del mundo, en donde se nos informa que algunas de ellas se venden por 50 € el envase de 200 *gr* (Oreggia, 2012).

Muy diferente es el caso del Alentejo portugués, un área de especialización olivarera desde hace apenas una década y uno de los ejemplos más cla-

ros de la influencia que el capital, la tecnología y el conocimiento español está jugando en esta última oleada de la expansión olivarera por el mundo. Eso sí, el agro-negocio olivarero así surgido contrasta notablemente con el modelo de agricultura familiar todavía dominante en España (Sánchez y Gallego, 2012). Numerosas razones explican la aparición de estos neo-paisajes olivareros alentejanos. La expansión superficial se ha efectuado mediante plantaciones de alta densidad y el “desembarco español” se originó por la abundancia de agua abundante, segura y barata a raíz de la entrada en funcionamiento del mega-embalse de Alqueva (4.150 Hm^3), al igual que la existencia de fincas de gran extensión, de acuerdo con el predominio de una estructura de la propiedad latifundista que se caracterizan por presentar suelos llanos y fértiles, poco explotados por soportar hasta entonces usos extensivos, y lo que no es menos importante: extraordinariamente más baratos de lo que pudiera esperarse en aquellos momentos en cualquier lugar del territorio español. De hecho, los *firstcomers*, pagaron precios cercanos a los 6.000 €/ha, un precio muy interesante⁵ aun considerando el desembolso a realizar en términos de plantación e instalación de la infraestructura para el regadío, que por otra parte pudieron acogerse a beneficios contemplados en la implementación de los programas de desarrollo rural cofinanciados con fondos de la Unión Europea. A los factores anteriores hay que sumar la menor remuneración de los trabajadores agrarios, la cercanía idiomática, cultural e incluso física.

De acuerdo a los datos recogidos durante un trabajo de campo centrado en esta zona, los inversores españoles se habían hecho con casi 30.000 ha de estos nuevos olivares, en fincas que iban desde las 500 a las 3.000 ha. Por otra parte, se reconocían dos grandes tipos de inversores: aquellos que ya conocían el sector y querían consolidar sus aspiraciones empresariales a través de explotaciones dimensionadas y preparadas para competir en los mercados mundiales; y quienes procedían del sector de la construcción o las finanzas y buscaban diversificar sus inversiones colocando parte de los beneficios obtenidos durante la *década prodigiosa* de la *economía del ladrillo* (Sánchez y Gallego, 2011b).

Relativamente parecido a este último caso es el de Marruecos. En 2003 el cultivo se extendía por unas 580.000 ha, estando previsto alcanzar el millón en 2015. Eso da idea del porcentaje tan elevado de jóvenes olivares, y también de la modificación del panorama hasta ahora existente, en el que el subsector de la aceituna de mesa ha tenido una importancia notable. Ahora, en cambio, se refuerza la producción, el consumo y la exportación

5 En 2008 el precio medio de una hectárea de olivar en España se valoró en casi 25.000 €, pero las mejores fincas de olivar productiva en regadío podían triplicar e incluso cuadruplicar estas cantidades. Desde luego, esta situación ha desaparecido en la actualidad, pues en buena medida estaba ligada a la burbuja inmobiliaria.

de aceite de oliva, subsector en el que se concentran los mayores esfuerzos institucionales y privados. Los objetivos de modernización y especialización oleícola cuentan con el importante precedente del *Plan National Oléicole* desarrollado entre 1998 y 2010, que fue actualizado y puesto al día con la aprobación del *Plan Maroc Vert (Agence por le Développement Agricole, 2009)*, que persigue facilitar el progreso de la agricultura de mercado a través de un variado sistema de inversiones y ayudas en el que destaca la introducción del concepto de agregación, entendido no en el sentido crear explotaciones de mayor tamaño, sino por la aparición de mecanismos de integración vertical, es decir, sin necesidad de realizar cambios estructurales en un contexto en el que el 70% de los agricultores poseen menos de 2 *ha* de media.

En concreto, para el sector olivarero propone la plantación de 400.000 *ha*, la renovación de otras 300 mil *ha*, la instalación de técnicas de micro-irrigación en 136 mil *ha*, la identificación de medio millar de proyectos de agregación, el reforzamiento de la investigación, la transferencia de tecnología, la formación y el apoyo técnico a los productores, así como la promoción y diversificación de la exportación. El Plan Verde, en todo caso, mostró su verdadero potencial al ser apoyado económicamente por la UE, en un contexto de liberalización para los productos agrarios marroquíes en el mercado único. Esta decisión facilita también la llegada de empresarios españoles al sector, alentados por informaciones facilitadas por organismos de ambos países como el Instituto Español de Comercio Exterior (2010) y el Ministerio de Agricultura y Pesca (s. f.), donde se explican todas las ayudas e incentivos para la producción de aceite a costes reducidos y con la posibilidad de expatriar los beneficios al país de origen sin coste alguno. Entre los muchos aspectos destacables de esta apuesta económica el gobierno marroquí, podemos citar la posibilidad de que los inversores extranjeros accedan temporalmente a la propiedad de la tierra (40 años para el caso de cultivos perennes).

Los planes marroquíes son una muestra de un panorama en el que abundan estrategias semejantes. Sin ánimo de ser exhaustivos, se puede citar el Plan Estratégico Agroalimentario y Agroindustrial (PEA) del Ministerio de Agricultura de Argentina⁶, que pretende elevar la superficie hasta las 110.000 *ha*; el Plan de Desarrollo Nacional Oleícola de Argelia, contemplado en el Plan Quinquenal 2010-2014, que se ha marcado alcanzar el millón de *ha* al final de este período⁷; o el proyecto chino de plantar 160.000 *ha* en la meseta del Tibet⁸.

6 <http://64.76.123.202/site/areas/PEA2/02=Publicaciones/index.php> (acceso 24-06-2013).

7 http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5519005_6366453_466997-8-_0_-1,00.html (acceso 24-06-2013).

8 <http://olivares.mundoforo.com/image-vp27455.html> (acceso 24-06-2013).

En el caso de América del Sur se pueden citar dos casos de especial interés, pues ambos cuentan con unas posibilidades de crecimiento exponencial. Nos referimos a Uruguay y Brasil, donde se están dando los primeros pasos de una rápida transición a la aparición de regiones de especialización productiva. En el primer caso, el gobierno ha encargado recientemente la elaboración de un “Plan de Refuerzo de la Competitividad del Conglomerado Agroindustrial Olivícola de Uruguay” (Parras, 2013). *Asolur*, la asociación que se encarga de promover este cultivo en el país, resume las oportunidades para la inversión en los argumentos que hemos recogido en la tabla 5.

1. Áreas con suelos adecuados en todos los departamentos.
2. El manejo del olivo requiere prácticas culturales sencillas, fácilmente asimilables por la mano de obra disponible.
3. Los costos de la tierra y de manutención son relativamente bajos comparados con los valores internacionales en áreas de producción con condiciones similares.
4. El país ofrece cierta estabilidad política-económica de forma que no cambien de forma significativa las condiciones de la inversión realizada, tratándose de un cultivo a largo plazo.
5. La producción agrícola nacional presenta condiciones favorables desde el punto de vista impositivo.
6. Tanto por cercanía como por acuerdos comerciales, Uruguay ofrece un acceso privilegiado a los grandes mercados importadores como Brasil, Estados Unidos y Canadá.
7. La olivicultura y el aceite de oliva están íntimamente relacionados con el concepto de naturaleza y salud. En este sentido, Uruguay está muy bien posicionado a nivel internacional.

Tabla 5. Argumentos a favor de la expansión del olivar en Uruguay. Fuente: <http://www.asolur.org.uy/uruguay.html> (acceso 24/06/2013).

En el caso de Brasil, el proceso está menos avanzado y se centra en el Estado de *Rio Grande do Sul*. En esta ocasión, el motivo de mayor interés es el tamaño y potencialidad del mercado interior. Y como en el caso anterior, se dibuja un panorama ideal para la instalación de explotaciones de gran extensión. En ambos países, en cualquier caso, se observa una clara conexión de estos planes expansivos con la tecnología y el conocimiento que se ha desarrollado en torno al olivar jiennense, especialmente en relación a la demanda de asesoramiento técnico y formativo⁹.

6. PERSPECTIVAS INMEDIATAS: A MODO DE REFLEXIÓN FINAL

La producción y el consumo mundial de aceitunas y aceite de oliva aumentan sin que se desequilibren. Considerando el incremento demográfico, la ampliación de las clases consumidoras que siguen dietas globalizadas,

⁹ http://www.argos.org.br/new_argos/?page_id=400 (acceso 24-06-2013).

y el aprecio gastronómico y salutar que tienen estos productos (especialmente destacado en el caso del aceite), se entienden los planes de intensificación y expansión geográfica del cultivo olivarero por todo el mundo.

El papel de España en estos procesos es fundamental, como hemos tenido oportunidad de comprobar en el caso de países como Portugal o Marruecos. Más allá de la importancia que tienen las inversiones y la transferencia de tecnología y conocimiento, hay que destacar el enorme peso que alcanza como primer productor y exportador mundial. Y es que, a pesar de que posee un mercado interior muy elevado, este se considera maduro y se resiente en la actual coyuntura de crisis económica. Las oportunidades de ventas en el exterior, por el contrario, crecen cada día que la dieta mediterránea y, en particular, la cultura del aceite, dan un paso adelante.

En este contexto de competencia mundial, no obstante, la apuesta española pasa todavía por la búsqueda de cantidad y sus caldos son tratados mayoritariamente como mercancía a granel antes que como producto diferenciado y cualificado. Y el caso es que los costes de producción que se consiguen en las nuevas zonas productoras son significativamente más reducidos y ponen al descubierto la fragilidad de un gran número de explotaciones de pequeña dimensión y reducido rendimiento. Hasta tal punto estamos hablando de situaciones contrastadas que se puede dar el caso de que en una *ha* de olivar super-intensivo se alcance una cosecha equivalente a 20-30 *ha* de olivar marginal. Como ya ha ocurrido antes con otros cultivos arbóreos o arbustivos, la llegada de estos sistemas en espaldera supone una tensión enorme y, en última instancia, refuerzan más si cabe la marginalidad de comarcas enteras especializadas en "olivar tradicional", sino es que las abocan directamente al abandono (Guzmán, Gómez y Rallo, 2009).

Varias posibilidades se pueden barajar como salida a esta nueva crisis del olivar español: de un lado, un apoyo político que ponga en primer plano la importancia socio-territorial antes que la mera cuenta de resultados; por otra parte, la posibilidad de realizar una reconversión productiva, que no obstante no puede generalizarse por su elevada demanda de condiciones físicas (topografía plana, abundancia de agua), técnicas o financieras; finalmente, el refuerzo de las estrategias de valorización del producto, volcándose en la obtención de aceites de la mayor calidad. La búsqueda de valor añadido mediante producción ecológica, aceites de pago o autor, o conseguidos a partir de variedades locales, abren un abanico de posibilidades que ya está siendo aprovechado por pequeñas empresas innovadoras en numerosas zonas rurales desfavorecidas. Mucho más compleja es la transformación de mentalidades e instituciones económicas en el interior de las zonas más productivas, donde no obstante se constatan algunos pasos que parecieran indicar un estímulo de cambio derivado del estancamiento de precios en origen que se ha observado durante los últimos años (Rodríguez, Sánchez y Gallego, en prensa).

BIBLIOGRAFÍA

- AGENCE POUR LE DÉVELOPPEMENT AGRICOLE (2009): *Plan Maroc Vert*. Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime (acceso 13-12-2012). http://www.ada.gov.ma/Plan_Maroc_Vert/plan-maroc-vert.php
- CÁRDENAS, R. y VILAR, J. (2012): *El sector internacional de elaboración de aceite de oliva. Un estudio descriptivo de los distintos países productores*. Jaén. GEA Westfalia Separator Ibérica, SA.
- CIVANTOS LÓPEZ-VILLALTA, L. (2004): "La olivicultura en el mundo y en España". En BARRANCO, D., FERNÁNDEZ-ESCOBAR, R. y RALLO, L. (eds.): *El cultivo del olivo*. Madrid. Ediciones Mundi-Prensa y Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Págs. 19-35.
- DELGADO CABEZA, M. (2012): "La economía andaluza durante las tres últimas décadas, 1981-2011". En JIMÉNEZ DE MADARIAGA, C. y HURTADO SÁNCHEZ, J. (coords.): *Andalucía. Identidades culturales y dinámicas sociales*. Sevilla. Aconcagua Libros. Págs. 87-122.
- EL-KHOLY, M. (2012, ed.): *Following Olive Footprints (Olea europaea L.), Cultivation and Culture, Folklores and History, Tradition and Uses*. Córdoba. International Olive Council.
- GARCÍA FUENTES, L. (1985): "Las exportaciones de productos agrarios de Sevilla en las flotas de Nueva España, en el siglo XVIII". En *IV Jornadas de Andalucía y América: Andalucía y América en el Siglo XVIII*. Huelva. Escuela de Estudios Hispano-Americanos. Págs. 181-234.
- GRILLO, M. *et al.* (s. f.): "Políticas públicas en la actividad olivícola de la Provincia de San Juan, Argentina" (acceso 18-06-2013). www.alasru.org/.../21-GT-Mirta-Silvia-Grillo-Mg.-Lic.-Susana-Grillo-Padró-y-Li.doc
- GUZMÁN ÁLVAREZ, J. R.; GÓMEZ, J. A. y RALLO, L. (2009): "El olivar en Andalucía: lecciones para el futuro de un cultivo milenario". En Gómez, J. A. (coord.): *Sostenibilidad de la producción de olivar en Andalucía*. Sevilla. Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Págs. 7-19.
- HIDALGO LEHUEDÉ, J. (1993): "Algunas notas para la historia del olivo en Arica". IDESIA. Vol. 12. Págs. 31-50. <http://146.83.108.153/did/IDESIA%2012/12%20-%20Cap.%205%20ALGUNAS%20NOTAS%20PARA%20LA%20HISTORIA%20DEL%20OLIVO%20EN%20ARICA.%20Au.pdf> (acceso 18-06-2013).
- INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (2010): *El mercado del olivar en Marruecos* (acceso 14-12-2012). <http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4511337>

- MINISTRY OF AGRICULTURE AND MARINE FISHERIES (s. f.): *Invest in Morocco. Your Investment Opportunity Moroccan Olive Oil. Improving Production and Quality in the Olive Oil Sector* (acceso 14-12-2012). <http://www.mcc.gov/documents/investmentopps/bom-morocco-english-oliveoil.pdf>
- RALLO, L. *et al.* (2005): *Variedades del olivo en España*. Madrid. Ediciones Mundi-Prensa, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía.
- GUO, X. *et al.* (2010): "Using GIS and Fuzzy Sets to Evaluate the Olive Tree's Ecological Suitability in Sichuan Province". *Computing in Science & Engineering*. Vol. 12 (1). Págs. 20-27.
- OREGGIA, M. (2012): *Flos Olei 2012. Guida al migliori extravirgine del mondo*. Roma.
- PARRAS ROSA, M. (2013): *Plan de Refuerzo de la Competitividad del Conglomerado Agroindustrial Olivícola de Uruguay, 2010-2020* (acceso 24/06/2013). http://medios.presidencia.gub.uy/jm_portal/2012/noticias/NO_G604/Olivo.pdf
- RODRÍGUEZ COHARD, J. C.; SÁNCHEZ MARTÍNEZ, J. D. y GALLEGO SIMÓN, V. J. (en prensa): "Valorizando el territorio con alimentos excelentes: los aceites de alta gama en el sur de España". Comunicación presentada al XXIX Encuentro ARETHUSE: *Una aproximación a las nuevas relaciones entre empresa y territorio*. San Benedetto del Tronto, septiembre de 2013.
- SÁNCHEZ MARTÍNEZ, J. D.; ARAQUE JIMÉNEZ, E. y GALLEGO SIMÓN, V. J. (2011): "El olivar en la España del sur: dinámicas y perspectivas de un monocultivo extremo". *Lurralde: investigación y espacio*. Nº 34. Págs. 273-299.
- SÁNCHEZ MARTÍNEZ, J. D., GALLEGO SIMÓN, V. J. y ARAQUE JIMÉNEZ, E. (2008): "El monocultivo olivarero jienense: ¿del productivismo a la sostenibilidad?". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*. Nº 47. Págs. 409-413.
- SÁNCHEZ MARTÍNEZ, J. D. y GALLEGO SIMÓN, V. J. (2011): "La nueva reconversión productiva del olivar jienense: aproximación inicial a sus fundamentos y limitaciones". *Cuadernos Geográficos*. Nº 49. Págs. 95-121.
- SÁNCHEZ MARTÍNEZ, J. D. y GALLEGO SIMÓN, V. J. (2011b): "Los nuevos olivares del Alentejo: relato de una geografía emergente". Comunicación presentada a *UGI 2011 International Geography Conference*. Santiago de Chile.

- SÁNCHEZ MARTÍNEZ, J. D. y GALLEGO SIMÓN, V. J. (2012): “Olivares de alta densidad alentejanos y olivares tradicionales andaluces: un análisis comparado”. En Royé, D. *et al.* (coords.): *XIII Coloquio Ibérico de Geografía. Respuestas de la Geografía Ibérica a la crisis actual*. Santiago de Compostela. Meubook. Págs. 1509-1518.
- SCHEIDEL, A. y KRAUSMANN, F. (2011): “Diet, trade and land use: a socio-ecological analysis of the transformation of the olive oil system”. *Land Use Policy*. N° 28. Págs. 47-56.