

LOS RETOS DEL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA¹

El aceite de oliva había estado presente en los países de la cuenca del Mediterráneo desde tiempo inmemoriales. En 2020, el olivar se había convertido en el cultivo permanente de mayor extensión del planeta, ocupando una superficie de 11.520.602 hectáreas².

Desde finales del siglo XX, el cultivo del olivo se había expandido de forma exponencial en países con tradición olivarera, y se había introducido en otros en los que nunca se había intentado su cultivo, fuera de la cuenca del Mediterráneo, estando presente en los cinco continentes.

Se trataba de un sector estratégico a nivel internacional, que aportaba un gran valor social, cultural, económico y medioambiental. A nivel socio-económico, en 2019 generaba un volumen de negocios de 12.529 millones de euros, empleando de forma directa a más de 28,6 millones de personas (casi el 1% de la población activa mundial), contribuyendo también a fijar población en el medio rural. A nivel medioambiental, usando las técnicas adecuadas, era uno de los cultivos con mayor capacidad de frenar la desertificación y reducir la huella de carbono. Europa seguía siendo líder en la distribución mundial del impacto económico del sector olivícola, aportando casi el 71% del volumen de negocio mundial y más del 41% del empleo.

Todo esto era bien sabido por los que estaban conectados, una mañana de enero, para discutir sobre las tendencias del sector y los retos a los que se enfrentaban. En esta reunión participaban las personas *vértice* de las principales compañías aceiteras españolas. Sabían que el consumo del aceite de oliva crecía cada año, pero España, que siempre había sido referente del sector con la mayor superficie cultivada, se enfrentaba a muchos retos.

¹ Caso de la División de Investigación de San Telmo Business School, España. Preparado por los profesores Antonio García de Castro y Rocío Reina Paniagua y Juan Vilar Hernández, analista oleícola internacional, consultor y profesor universitario, para su uso en clase y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada.

Copyright © abril 2021, Fundación San Telmo. España.

No está permitida la reproducción, total o parcial, de este documento, ni su archivo y/o transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros medios, sin la autorización expresa y escrita de San Telmo Business School. Para pedir copias del mismo o pedir permiso para usar este caso, por favor póngase en contacto con el departamento de Edición de Casos, a través del teléfono en el +34 954975004 o por email a la dirección casos@santelmo.org.

² La fuente de todos los datos del caso (tanto textos como anexos) referentes a las campañas 2014-2015, 2015-2016, y 2016-2017, actualizados a 2019, son parte de un informe sectorial realizado por Juan Vilar Consultores Estratégicos.

¿Cómo se podía poner en valor el aceite de oliva español? ¿Cómo mejorar las plantaciones y las instalaciones obsoletas? ¿Cómo aumentar el consumo?... Tenían mucho que hacer por delante y deberían trabajar juntos. Todos coincidían en un punto álgido: *“Es un sector saneado, con potencial, atractivo, pero que arrastra los mismos problemas desde hace años”*.

En efecto: como era costumbre, salían a relucir y complicaban el trabajo colaborativo las mismas discrepancias de siempre: sobre los paneles de cata, sobre las calidades del aceite, sobre cómo afrontar la mala imagen del sector generada en otros ámbitos y entre la población por algunas malas prácticas, sobre cómo buscar la mayor eficiencia de las plantaciones más tradicionales, sobre la modernización y profesionalización de las cooperativas y de los propios agricultores, etc...

Había muchos modelos de negocio distintos que podían convivir en el mercado; sólo tenían que encontrar los puntos de común acuerdo con ánimo de hacer crecer el sector y mantener y ponderar al aceite de oliva español como el referente que ya era.

LA OLIVICULTURA... UNA EXPLOSIÓN INTERNACIONAL

Durante los últimos 15 años, se había pasado de 46 a 67 países productores, plantándose en el planeta 1,65 millones de hectáreas de olivar. Esa expansión se había concentrado mayoritariamente en los últimos 6 años, en los que se había plantado un millón de nuevas hectáreas. Europa seguía siendo el mayor productor, seguido a gran distancia por África y Asia. Este crecimiento se debía a varios factores:

- El aumento de la demanda de aceite de oliva, gracias a las políticas de promoción de esa grasa vegetal, dando a conocer sus propiedades beneficiosas para la salud.
- La intensificación y mejora de técnicas productivas que permitían el cultivo del olivo en zonas geográficas con condiciones no del todo idóneas para ello.
- Las políticas públicas de apoyo al cultivo del olivo. Era el caso del aumento de superficie que tuvo lugar en países europeos como Grecia, España o Portugal coincidiendo con sus adhesiones a la Unión Europea en la década de 1980.
- El aumento de la rentabilidad económica del sector por la mecanización de las tareas agrícolas, que permitía reducir la mano de obra empleada, de forma que se optimizaban los costes por cultivo, especialmente los de recolección.

Sin embargo, ese crecimiento de plantaciones nuevas en las dos últimas décadas había sufrido una ralentización, llegando a valores negativos en el último año (2019, -1%). Esa tendencia tenía su origen en el ciclo de precios bajos en los mercados de origen del aceite de oliva, que había propiciado que los inversores se orientasen a sectores más rentables, como el almendro, que había visto aumentada su superficie cultivada en detrimento del olivar. También influía el abandono de olivares marginales.

La previsión era que la superficie de olivar aumentase, de forma sostenida, entre 40.000 y 50.000 hectáreas anuales, frente al aumento, en años anteriores, de entre 100.000 y 150.000 hectáreas de olivar.

No obstante, los participantes del encuentro coincidían en que lo que estaba sufriendo el sector era una transformación: en ese momento, el 70% del olivar, aun tradicional, producía el 60% del aceite de oliva del planeta, mientras que el olivar moderno, y más competitivo, producía el 40%.

Antonio Gallego, Director General de Migasa³, señaló que había que tener presente que *“en los últimos años, La producción va más deprisa que el consumo. Está claro que el consumo del aceite de oliva va a ir a más, pero siempre necesita más tiempo. Abrir nuevos mercados no es fácil”*.

Antonio Luque, Presidente de Dcoop⁴, añadía: *“En los próximos años veremos cómo las plantaciones de olivar siguen creciendo en todo el mundo”*. Y Álvaro Olavarría, Director General de Oleoestepa⁵, agregaba: *“El aceite de oliva es el cultivo menos malo de todos, es un cultivo refugio, que tiene un gran efecto llamada. Ningún año se deja de plantar”*.

EL CULTIVO DEL OLIVAR

Tipos de cultivo

Existían diferentes tipos de producción vinculados principalmente a la densidad de olivos por hectárea, a la orografía y a la existencia de riego de apoyo. Estas variables, en sus diferentes combinaciones, determinan modelos de cultivo diferentes, más o menos mecanizables. En términos generales, la tipología de cultivo se categorizaba atendiendo a la densidad de olivos por hectárea, entre tradicional —de 70 a 120 olivos por hectárea—, moderno en copa —de 200 a 600 olivos por hectárea— y moderno en seto —que podía contar con hasta 2.500 olivos por hectárea—.

Esa clasificación principal se subdividía atendiendo al régimen de riego, distinguiendo de secano o regadío en cada una de los tres tipos, dando como resultado seis tipos diferentes de cultivo. Además, el cultivo tradicional podía darse en parcelas con alta pendiente (>20%) o con pendiente moderada, por lo que, ese sistema tradicional, también se contaba con esa clasificación diferenciada. En total, esa clasificación contemplaba ocho tipos de cultivo de olivo.

El olivar tradicional era el sistema más extendido a nivel global, sobre todo en los países tradicionalmente productores y de la cuenca Mediterránea, como era el caso de España, Italia, Grecia o Túnez; constituía el 70% del olivar mundial, seguido del cultivo en copa (22,6%) y por último, con menor extensión, el olivar en seto con el 7,4%.

³ <http://www.migasa.com/>

⁴ <https://www.dcoop.es/>

⁵ <https://www.oleoestepa.com/>