6-Productos mediterraneos.qxp 08/10/2008 9:32 PÆgina 76

PRODUCTOS MEDITERRÁNEOS Y GLOBALIZACIÓN

Tomás GARCÍA AZCÁRATE (*)

Comisión Europea

Resumen

Este trabajo se centra en el sector del aceite de oliva y de las frutas y hortalizas, los dos mayores productores mediterráneos españoles, frente al proceso de globalización. Tras analizar su evolución pasada, se identifican los principales retos del futuro, así como algunas buenas prácticas existentes.

Se concluye señalando unas pistas para encarar el futuro desde el punto de vista de los productores agrarios, los auténticos protagonistas, así como la manera en que las administraciones públicas pueden acompañarles en la transformación de estos retos en oportunidades.

Palabras clave: aceite de oliva, frutas y hortalizas, globalización, productores agrarios, administraciones públicas.

Abstract

This study is focused on the olive oil and fruit and vegetable sector, the two leading Spanish Mediterranean products vis-à-vis the globalisation process. After examining its past evolution, we pinpoint the main challenges of the future and some sound current practices. We conclude by giving some hints for confronting the future from the viewpoint of agricultural producers, the real protagonists, as well as the way in which the public administrations may accompany them in converting these challenges into opportunities.

Key words: olive oil, fruit and vegetables, globalisation, agricultural produce, public administrations.

JEL classification: Q13, R58.

I. INTRODUCCIÓN

CONVIENE definir antes que nada los conceptos que utilizaremos en esta contribución, tanto «productos mediterráneos» como «globalización». La definición de dichas producciones puede ser muy amplia. José Maria Sumpsi (1977) incluía en este grupo tanto las frutas y hortalizas y el aceite de oliva como el trigo duro, el arroz, el tabaco, el vino, el algodón, el cerdo ibérico y la remolacha de verano. La problemática de estas producciones es tan dispar que su tratamiento, incluso superficial, supera el ámbito de este artículo.

Por «globalización», entenderemos la apertura de los mercados propiciada no sólo por las reformas de las reglas internaciones del comercio a raíz de los acuerdos multilaterales (Organización Mundial del Comercio) o bilaterales (en particular, la política mediterránea) que analizan José María García Álvarez-Coque, Víctor Martínez y José María Jordán. Sin cambios tecnológicos en la logística del transporte, las técnicas de conservación, las autopistas de la información y la potencial apertura del mercado no se habría transformado en presencia real en el mercado. Y viceversa, sin estos cambios tecnológicos, el debate sobre las nuevas reglas del comercio mundial no se habría vuelto tan central.

Pero son más los elementos que enmarcan el sentido que damos aquí a la palabra «globalización». Incluye también la aparición de actores «globales», como pueden ser las multinacionales, por un lado, las grandes cadenas de distribución, por otro, pero también Greenpeace, capaz de trastocar completamente el primer mercado europeo, el alemán o INTERMON-OXFAM como interlocutor en los debates internacionales con capacidad de influencia mediática y política.

El papel de las políticas agrarias, tanto nacional como comunitaria, ha sido diferente entre producciones: absolutamente relevante en el caso del algodón, el tabaco y la remolacha de verano, menos en el caso de las restantes producciones mediterráneas y totalmente secundario en el de las frutas y hortalizas.

Por todas estas razones, vamos a concentrar nuestra atención en los dos grupos de productos que son los más importantes desde el punto de vista de su contribución a la producción final agraria española: las frutas y hortalizas y el aceite de oliva.

Ambas han protagonizado cambios estructurales considerables en los ya más de 20 años que median desde nuestra adhesión a las Comunidades Europeas en 1986. Tras repasar su evolución, nos detendremos en los retos con los que hoy están confrontados y los elementos de respuesta que estamos observando. Luego abordaremos cómo se puede encarar el futuro desde el punto de vista de los auténticos protagonistas, los productores agrarios. Concluiremos con unas referencias al papel que pueden desempeñar las administraciones públicas para acompañar este proceso.

6-Productos mediterraneos.qxp 08/10/2008 9:32 PÆgina 77

II. UN PASADO DE GRANDES CAMBIOS

1. Las frutas y hortalizas

El grafico 1 nos muestra la evolución, desde el principio de la década de los noventa hasta 2007, del valor a precios constantes de la producción española de frutas y hortalizas comparada con la evolución en Holanda por un lado, y en un conjunto compuesto por Francia, Italia, Portugal y Grecia, por otro.

Se puede observar que el sector hortofrutícola español ha sido mucho más dinámico que los sectores griego, francés, italiano y portugués. Para ser completo en la comparación, el sector español lo ha hecho tan bien que… ha sido casi tan dinámico como el de Holanda.

Este último dato es importante. A pesar de unos costes salariales más elevados que los españoles, a pesar de la ventaja comparativa climática que tiene España, el sector más dinámico europeo ha sido el holandés. Cuando muchos en España están agitando el espantapájaros de Marruecos, Holanda están ganado cuota de mercado incluso en el tomate de invierno.

La explicación se llama organización. Hoy, un 92 por 100 de la producción está comercializada por organizaciones de productores; en todo el país hay sólo 22 organizaciones, la más grande de las cuales, The Greenery, tuvo en 2007 una cifra de negocios de 1.700 millones de euros (1). En España hay 625 organizaciones de productores que comercializan el 44 por 100 de la producción. La cifra de negocios de la más grande no llega a los 350 millones de euros.

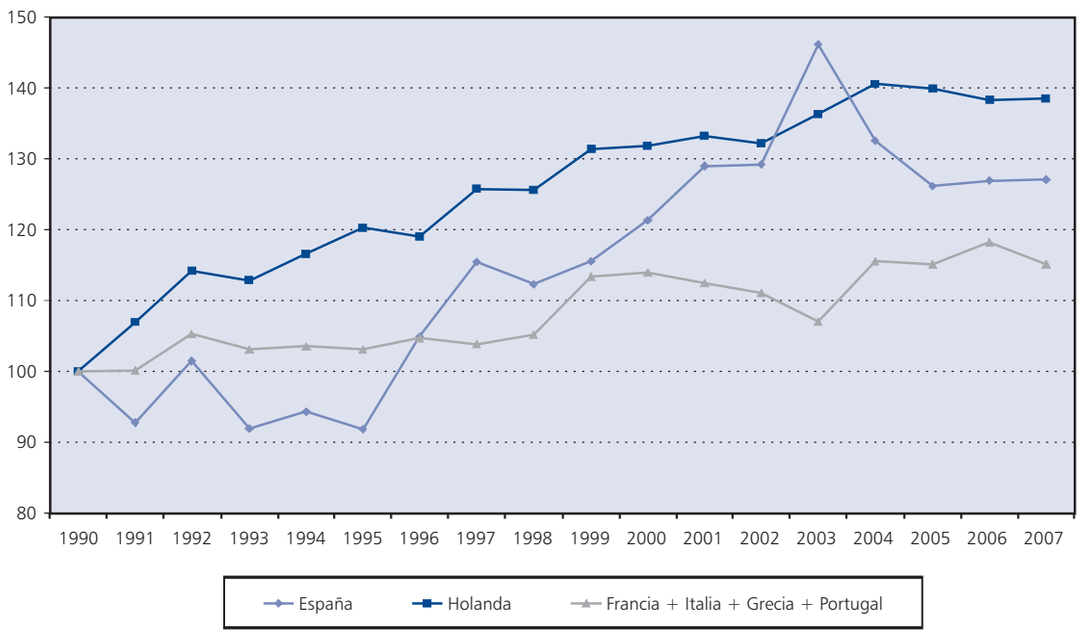
Estas cifras bastan para medir el abismo que hay entre dos mundos, uno que crece, se desarrolla, se organiza, invierte, investiga e innova con una visión a medio y largo plazo y otro que, demasiadas veces, tiene como horizonte una campaña de comercialización y en donde abundan los electrones libres.

Fredrik O.L. Nilson *et al.* (2006), tras analizar los datos del comercio del conjunto de los países mediterráneos, concluyen que están perdiendo competitividad. Esta conclusión, que los autores califican de «algo sorprendente» también se extiende a España, a pesar de ser miembro de la Unión Europea.

2. El aceite de oliva

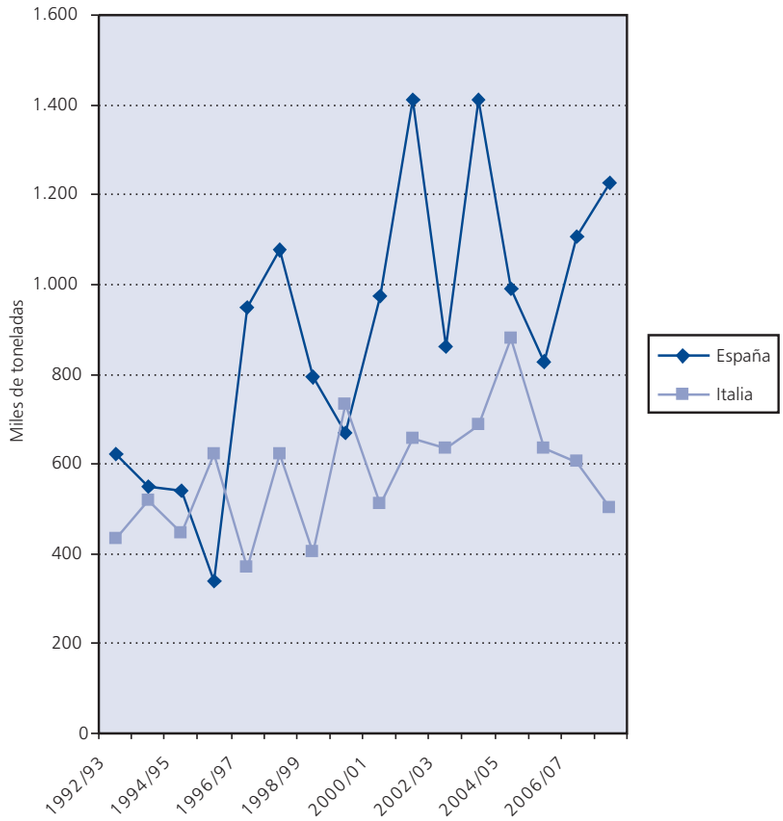
En el aceite de oliva también se ha producido un crecimiento espectacular. La producción media

GRÁFICO 1
VALOR DE LA PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA DE FRUTAS Y HORTALIZAS (SIN PATATAS)



6-Productos mediterraneos.qxp 08/10/2008 9:32 PÆgina 78

GRÁFICO 2
PRODUCCIÓN DE ACEITE DE OLIVA Y DE ORUJO



se ha doblado desde el principio de la década de los noventa, y este auge no ha terminado. Esta evolución es muy diferente a la vivida por el otro gran Estado miembro productor, Italia (gráfico 2).

Algunos señalan que la gran responsable de esta explosión de la producción es la política agraria común (García Martínez *et al.*, 2005), las condiciones del mercado del aceite de oliva o el cambio tecnológico tanto en mejora de la calidad del producto como de la preparación del terreno o del adelanto de la poda y la eliminación de restos (Gallardo Cobos *et al.*, 2007). Si esto fuera cierto, o mejor dicho, si estos fueran los únicos factores ciertos, Italia estaría con una posición de liderazgo productivo muy consolidada, al ser Estado miembro fundador de las Comunidades Europeas y llevarnos 28 años de delantera. La PAC ha sido, y es, condición necesaria, pero no suficiente.

3. Conclusión parcial

Para que las potencialidades se hayan transformado en realidades, ha sido preciso la conjunción de distintos factores, entre los que cabe mencionar no sólo la apertura del mercado europeo, que ha levantado el obstáculo al crecimiento que representaba tanto la escasez de la demanda interna como los obstáculos a la exportación hacia la Comunidad antes del año 1986.

Hay que nombrar, sin ánimo de ser exhaustivos, los fondos estructurales europeos; la mayor competencia que el ingreso en Europa ha creado en el mercado de los insumos; unos tipos de interés «alemanes» a raíz de la implantación del euro; una política económica rigurosa mantenida, desde la vuelta al realismo económico con la devaluación de la peseta, por los gobiernos del Estado, independientemente de la alternancia política; unas décadas de crecimiento económico que han beneficiado al conjunto de la economía; el auge de la construcción y del ladrillo, que ha financiado parte de la inversión productiva en la agricultura. En Andalucía, cabe mencionar además las sequías de mediados del noventa. Empujaron a los agricultores a la búsqueda y captura del agua, provocando una explosión del riego en olivar, al ser ésta una producción capaz de aprovechar plenamente caudales reducidos (2). Asimismo, puede señalarse la aparición de una clase política regional a raíz del Estado de las Autonomías; el surgimiento de una clase empresarial agraria a raíz tanto de actividades de formación, como la desarrollada por el Instituto Internacional San Telmo, como del *tsunami* psicológico que representó la Ley de Reforma Agraria.

España ha ido bien. Pero ahora el ciclo económico ha cambiado, y las demandas y las exigencias del mercado han cambiado.

III. EL FUTURO SE ESCRIBE EN EL PRESENTE

Queríamos hacer ante todo unas advertencias. Primero, cual-

6-Productos mediterraneos.qxp 08/10/2008 9:32 PÆgina 79

quier clasificación tiene algo de arbitrariedad; segundo, no todos los retos afectan a todos los productos de la misma manera. Podríamos pues intentar reagrupar los retos de la manera siguiente, sin la pretensión de ser exhaustivos y sin que el orden de exposición represente un orden de importancia:

— *Retos productivos:* unos modos de producción más sostenibles. Algunos ejemplos concretos son la disminución del consumo de agua, la reducción drástica de los productos autorizados para los tratamientos o las limitaciones a los tratamientos aéreos en el olivar contra la mosca del mediterráneo.

— *Desafíos de mercado:* las demandas de los consumidores cambian. La primera etapa fue la incorporación de la mujer al mercado laboral. Hoy se suma la multiplicación de las familias monoparentales o individuales, el auge del consumo fuera del hogar, el desarrollo de las cadenas de comida preparada y las compras semanales o incluso quincenales.

— *Las exigencias del consumidor*, o de ciertos consumidores (3); es decir, aquellas por las cuales está frecuentemente dispuesto a pagar un sobreprecio: la calidad, refrendada por marcas y denominaciones de origen o certificada; la agricultura ecológica; los productos exclusivos como el jamón de pata negra o el foie gras, o de lujo como las angulas, y productos mas sabrosos como la merluza de pincho …

— *Reconquistar de nuevo el corazón del consumidor.* En el caso de las frutas y hortalizas, durante décadas el «progreso tecnológico» ha estado encaminado a mejorar la eficacia de la cadena alimentaria consiguiendo productos de larga duración, que disminuyan las mermas y aguanten bien el tiempo suficiente en el mostrador del distribuidor. También han sido importantes las inversiones en ganar precocidad y embellecer el aspecto exterior. Aspectos como el gusto, el sabor o el olor han sido secundarios. Unida a la percepción de que se trata de productos «caros», esta evolución esta detrás del estancamiento (cuando no retroceso) del consumo.

— *Las exigencias del ciudadano*; es decir, aquellas por las cuales el consumidor no está dispuesto normalmente a pagar un sobreprecio, pero que deben ser asumidas por la cadena alimentaria. Se trata de la seguridad de los alimentos; el respeto a la reglamentación vigente en materia de medio ambiente, legislación laboral y alojamiento de los trabajadores; la información al consumidor; el bienestar de los animales …

— *La consolidación de organizaciones no gubernamentales* como interlocutores de primer orden en la cadena alimentaria. Han conseguido hacer oír su voz y poner encima de la mesa nuevas consideraciones. A veces algunos de sus planteamientos actuales pueden ser excesivos, pero esto no puede servir de pretexto para no integrar esta componente en una estrategia de futuro (Krautter, 2008; Orr, 2008; Roozer, 2008).

— *El desequilibrio de la cadena alimentaria:* la consolidación de grandes cadenas de distribución y el auge de las marcas blancas. Se ha producido un desequilibrio en las relaciones entre las fases comerciales y la industria, por un lado, y la de ambas con la producción, por otro. Dichos desequilibrios no facilitan la puesta en marcha de estrategias de colaboración, indispensables en un horizonte de continuidad.

— *El cambio tecnológico:* la mejora de las técnicas de información, por un lado, y de transporte, logística y nuevas tecnologías de conservación de los alimentos, por otro, hacen que cada vez más productos, más variados y producidos en más países estén más presentes en más mercados (García Alvarez-Coque, 2004).

— *Otros retos ecológicos:* el debate sobre las *food miles*, las huellas ecológicas y la implantación de peajes en las carreteras son dos ejemplos concretos de que el modelo de desarrollo basado en el transporte por carretera de mercancías de una punta de Europa a otra está llegando a un callejón sin salida (Rosseneu, 2008; Danse, 2008).

— *La progresiva apertura del mercado comunitario* a las importaciones de terceros países, que incrementa las presiones sobre los productores. El mercado europeo es considerado como el más atractivo por las escasas barreras técnicas existentes a las importaciones y por la revalorización del euro.

— *La presión urbana y turística sobre el suelo agrario*, particularmente fuerte en las zonas de huertas. Aunque estemos viviendo ahora un parón en el sector de la construcción, no cabe duda de que la rentabilidad agraria nunca podrá competir con la recalificación de terrenos (García Alvarez-Coque 2004).

Insistimos, esta lista no es exhaustiva pero muestra la magnitud y complejidad de los retos de hoy. Para hacerles frente, son muchos los ejemplos de buenas prácticas, de soluciones encontradas por los agentes económicos y que indican que están avanzando. Vamos a enumerar algunas para ilustrar que el futuro se construye en el presente:

— Algunos supermercados, como Mercadona, han basado su

6-Productos mediterraneos.qxp 08/10/2008 9:32 PÆgina 80

desarrollo en la consolidación de interproveedores con los que se diseñan *estrategias de colaboración a largo plazo.*

— El *auge de las producciones certificadas*, de la agricultura integrada y ecológica, de las denominaciones de origen. En 2008, 11.000 hectáreas sobre las 40.000 con que cuentan los invernaderos en Almería han implantado las técnicas de tratamiento biológico de plagas y enfermedades (Papasseit, 2008). Depues del año 2007, *anno horribilis* del pimiento almeriense, los tomates con menores (o inexistentes) niveles de residuos de Europa provienen en 2008 de esta provincia. Gallardo y Ceña (2007) destacan, en el caso del olivar «los comportamientos estratégicos de adaptación a las nuevas demandas del mercado: la importancia creciente tanto del olivar ecológico como de la producción integrada» La agricultura integrada será la agricultura convencional de la próxima década. El que no esté en este movimiento simplemente desaparecerá del mercado.

— Están (re)apareciendo *productos enfocados a recuperar el sabor*. Los tomates Raf o Marmande, el auge del aceite de oliva extravirgen y los pliegos de condiciones cualitativos que sustentan muchas denominaciones de origen son ejemplos de buen hacer.

— Con mucho retraso con respecto a los lácteos, están apareciendo nuevos productos enfocados a *facilitarle la vida al consumidor*, como por ejemplo pequeñas botellas de aceite, clementinas sin pepita, mini-sandias, manzanas de tamaño escolar, ensaladas de fruta preparada

— *Aumenta el respeto al consumidor y a su información:* botellas de aceite con tapones que no se pueden rellenar, etiquetas informativas y comprensibles para el consumidor.

— Empresas del ámbito cooperativo (como ANECCOP en frutas y hortalizas o Agrosevilla en aceituna de mesa) o privadas (como el Grupo AMC o Sos Cuetara) han conseguido una *presencia internacional*. Otras como el Grupo Hojiblanca han formado alianza con Cargill.

Lógicamente, las administraciones deben acompañar este proceso con cambios profundos. La PAC es, sin ninguna duda, la política pública que más ha cambiado en estos últimos años:

— El respeto de un gran número de obligaciones legales, ligadas en particular al respeto del medio ambiente, está respaldado por la ecocondicionalidad generalizada con la última ola de reformas.

— Las denominaciones de origen y de calidad certificada están amparadas por una reglamentación europea que ha cobrado gran importancia.

— El proceso de armonización a escala europea de los límites máximos de residuos en las frutas y hortalizas ha culminado en septiembre de 2008.

— La reforma de la organización común de mercado de las frutas y hortalizas aprobada en 2007 tiene como objetivo contribuir a reequilibrar la cadena alimentaria, consolidar las estrategias de colaboración entre productores pero también con los demás actores de la cadena, mejorar la calidad de los productos y promover comportamientos sostenibles.

— EL auge del desarrollo rural, hasta convertirse en el segundo pilar de la PAC, abre un gran número de posibilidades para la mejora tecnológica y medioambiental.

IV. LOS PRODUCTORES COMO PROTAGONISTAS

La reflexión es hoy más necesaria si cabe que ayer:

— La Unión Europea ha empezado con la presentación del «chequeo médico» de la PAC, su debate sobre la futura política agraria de después de 2012.

— La generalización a las materias primas agrícolas de las subidas de precios que se registran desde hace un quinquenio en los minerales y el petróleo ha vuelto a poner de actualidad los temas de política agraria.

— A la hora de escribir este artículo, el resultado de las negociaciones en la Organización Mundial del Comercio, conocidas como Ronda Doha, es incierto. Curiosamente, grandes países exportadores que hasta ahora habían adoptado posiciones liberales, como Argentina, Brasil, India y Egipto, ahora han impuesto trabas a las exportaciones, mientras que la Unión Europea ha suprimido temporalmente sus aranceles sobre los cereales.

— La Unión Mediterránea - Proceso de Barcelona, por recoger ahora su nombre completo, va a representar una apertura adicional significativa del mercado comunitario a los productos mediterráneos producidos en países terceros.

Este necesario análisis prospectivo debe realizarse, en primer lugar, por los auténticos protagonistas de este futuro, los productores. Las administraciones podrán acompañar y apoyar, pero tendrán siempre un papel secundario.

6-Productos mediterraneos.qxp 08/10/2008 9:32 PÆgina 81

1. Las frutas y hortalizas

Cabe plantearse en qué medida el sector español en su conjunto es capaz de asumir un liderazgo mundial (aceite de oliva) o de competir con Holanda por el liderazgo europeo (frutas y hortalizas). Este liderazgo se declina abriendo mercados por un lado y transformándose en el canal de comercialización de referencia para los demás, tanto producciones complementarias que permiten completar la oferta o alcanzar nuevos mercados como producciones competidoras que van a estar cada vez más presentes.

Son varias las causas que confluyen en la crisis del modelo de crecimiento cuantitativo que hemos vivido en estas dos últimas décadas. Muchas no son particularmente nuevas. Se encuentran ya en el diagnóstico de los puntos fuertes y las debilidades de los sectores agrarios españoles realizado para la preparación del libro blanco y están colgados de la web del Ministerio (4).

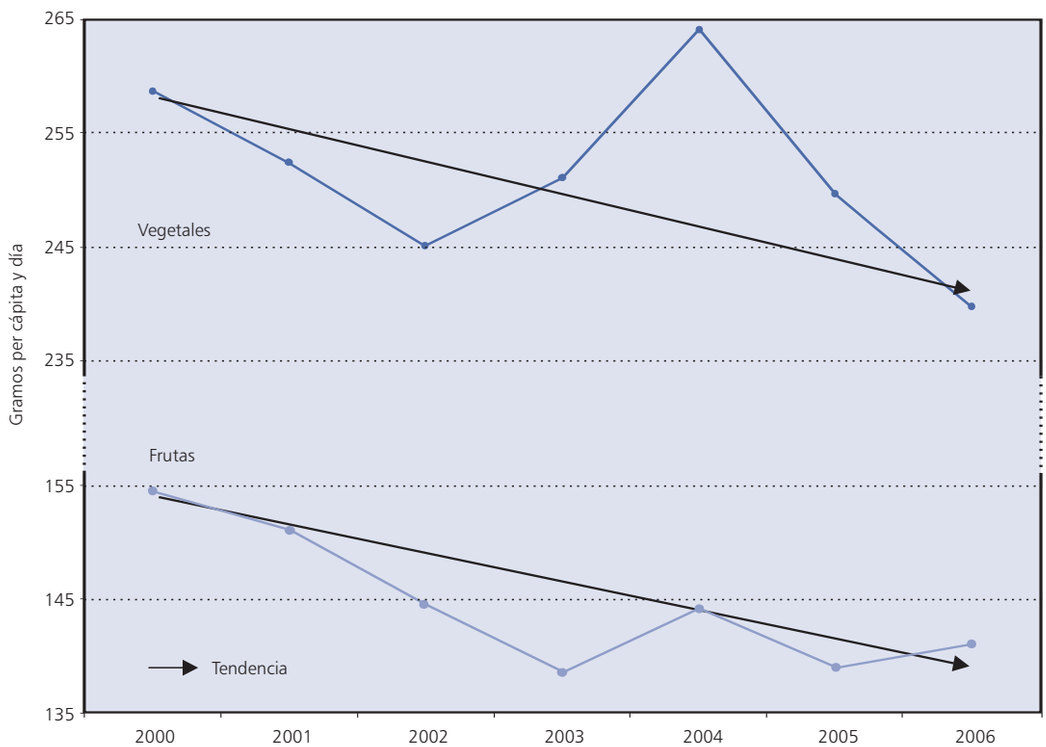
1.1. *El estancamiento del consumo*

El mercado de frutas y hortalizas europeo está estancado, o incluso disminuyendo, con la notable distinción de los nuevos estados miembros de la Unión, que tienen todavía margen de progresión. La disminución del consumo per cápita se ve parcialmente compensada por el aumento de la población efectiva en Europa.

1.2. *Las crecientes exigencias del mercado*

Las mayores exigencias de unos consumidores que ya no temen por su abastecimiento, las crisis y alertas alimentarias que han sacudido Europa y la opinión pública europea, las mejoras tecnológicas en el análisis del contenido de los productos, el auge de la gran distribución, cuyo principal capital es la confianza de los consumidores, y el exceso de oferta

GRÁFICO 3
EVOLUCIÓN RECIENTE DEL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS. EU-27



Fuente: DG AGRI C.2, basado en datos del FAO y COMEXT.

6-Productos mediterraneos.qxp 08/10/2008 9:32 PÆgina 82

actual en el mercado de las frutas y hortalizas son algunos de los factores que explican el aumento de las exigencias que un producto debe satisfacer para poder estar en el mercado.

Por un lado están las normas públicas, de comercialización o de límites máximos de residuos. Aunque algunos, como Brenton y Manchin (2003), argumentan que son un obstáculo y que «cada vez tiene más aceptación la idea de que (para promover le comercio con los países terceros mediterráneos) hay que reducir la intervención de los poderes públicos antes de que un producto sea puesto en el mercado», son muchos los que, con Maertens y Swinnen (2007), quienes se basan en un estudio de campo que han realizado en Senegal, argumentan que pueden promover las exportaciones de países pobres en desarrollo al servir de catalizador de los cambios a realizar.

El retraso en la armonización europea de los límites máximos de residuos, y las lógicas estrategias de diferenciación de unas cadenas con respeto a otras, han hecho aparecer diferentes certificaciones privadas. Algunas de ellas son compartidas por distintos operadores (GlobalGAP por ejemplo), otras son diferentes. Todos los estudios concluyen que son un obstáculo de primer orden al comercio que penaliza, en primer lugar, a los países en desarrollo en general (Augier *et al.*, 2005) y los países terceros mediterráneos en particular (Musa, 2005). Esta conclusión se acrecienta cuando se trata de exigencias como la de respetar un porcentaje, que varía según las cadenas comerciales hasta llegar al 33 por 100, de los vigentes límites máximos legales de residuos. Con las incertidumbres actuales de los análisis, sobre todo en las búsquedas de múltiples residuos, hacen falta márgenes considerables para asegurarse que el producto está, sin ninguna duda, por debajo de los límites máximos legales.

Estas demandas están acelerando la «consolidación» del sector productor, bonita palabra para describir el paso de una agricultura familiar a una agricultura empresarial, tanto en los países en desarrollo (Reardon *et al.*, 1999) como en los desarrollados (Ver Woerts, 2008). El proceso está más avanzado en la horticultura que en la fruticultura, pero hoy hacen falta entre 50 y 60 hectáreas juntas de invernaderos para sacar provecho de las posibilidades técnicas, en particular de cogeneración. Estamos hablando de unas inversiones del orden de los 100 millones de euros.

De Pablo y Pérez Mesa (2004) subrayaban: «la pérdida paulatina de una elite emprendedora y arriesgada que impulsó en sus orígenes el desarrollo de Almería: el agricultor tiende a ser proteccionista, y el sistema de economía social que fue el motor de la comercialización en destino se muestra ahora como una figura poco dinámica en el marco general en el que nos encontramos. Existen fuertes dificultades para detraer fondos de la masa de los asociados para iniciar proyectos innovadores». Y concluían que «la situación anterior se agrava si tenemos en cuenta la existencia de una tendencia de precios descendentes y el aumento de los costes de producción y comercialización»

El minifundismo productivo y comercial español dificulta tanto la generalización del respeto de disciplinas productivas y de comportamiento como su comprobación y difusión a la opinión pública. José María García Alvarez-Coque hablaba ya en 1998 tanto de «la disfuncionalidad de la agricultura a tiempo parcial: falta de exigencia propia en relación con la calidad, innovación y adaptación a las nuevas técnicas de puesta en mercado» como «de la escasa dimensión de las empresas exportadoras que les impide diseñar estrategias de actuación comercial mínimamente planificadas».

Esto contribuye a la pérdida de confianza de compradores europeos en la solvencia y fiabilidad de los productores y los productos españoles. Se requiere, por un lado, de fuertes inversiones en tecnología e inmovilizado (García Alvarez-Coque, 2004) y, por otro, de una formación y un alto rigor técnico por parte del empresario agrario y de sus empleados. José María Pozancos declaraba recientemente: «sobre una superficie de invernaderos de unas 30.000 hectáreas, sería urgente la reconversión de unas 10.000 con un coste por hectárea de 600.000 euros» (Mate, 2008).

1.3. *El creciente riesgo fitosanitario*

Gracias a la biblioteca virtual que ha puesto en Internet el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (5), es posible hojear de nuevo los artículos que se escribieron en la prensa profesional en los primeros años de la adhesión a las Comunidades Europeas sobre lo que se llamó «el milagro almeriense».

En 1991 se comercializaban en Europa 952 substancias activas. Sólo quedarán 400 a finales del 2008. Con dicha disminución, ¿son sostenibles grandes concentraciones productivas como las almerienses y las onubenses? El desarrollo de las comunicaciones, de la circulación de productos, e incluso del turismo, son factores de propagación de plagas de primer orden. ¿En qué medida no vamos a asistir de forma creciente a la privatización de los beneficios y a

6-Productos mediterraneos.qxp 08/10/2008 9:32 PÆgina 83

una socialización de las pérdidas generadas por repetidas alertas fitosanitarias?

¿No estaremos viviendo en el sector hortofrutícola la misma situación que estamos observando en Holanda, en la Bretaña francesa o en partes de Cataluña con una excesiva concentración de ganadería porcina que no sólo contamina con nitratos, sino que multiplica las dificultades para el control de enfermedades?

1.4. *La escasa concentración de la oferta*

No bastará con seguir haciendo lo que veníamos haciendo en el pasado, aunque sea lo que ha permitido éxitos indudables. A veces, incluso lo que fueron fuerzas en el pasado se pueden transformar en debilidades para afrontar el futuro.

Esta reflexión se refiere, en primer lugar, al *minifundio productivo* que caracteriza la estructura de la propiedad de ciertas regiones, e incluso a núcleos importantes de la agricultura familiar. Se puede extender también al *minifundio comercial*. Eduardo Baamonde, director general de la Confederación de Cooperativas Agrarias, señalaba recientemente en los actos conmemorativos del 30 aniversario de COEXPHAL que «mientras que una cooperativa española de media factura 4 millones de euros y tiene una media de 22,5 trabajadores, en Holanda la facturación media asciende por empresa a 1.026 millones de euros y 1.355 trabajadores» (6).

La gran diversidad de operadores ha sido un factor de dinamismo, de competitividad, de modernidad, de competencia interna y externa, y uno de los factores que han contribuido al éxito de estos años. Cabe preguntarse en qué medida lo que fue fuerza no se ha transformado en flaqueza.

2. El olivar

En el caso del aceite de oliva, que está en fase expansiva, este crecimiento está produciéndose al mismo tiempo que una mayor segmentación del mercado basada en estrategias de calidad (Anania y D'Andrea, 2007).

El escenario es más positivo que en el caso de las frutas y hortalizas, con operadores económicos de gran tamaño como la cooperativa Hojiblanca, que tiene un acuerdo con Cargill, o la empresa líder mundial SOS Cuetara, lo que no quiere decir que no quede mucho por hacer.

Como señalaba Tió (2003), «el interés miope de la agricultura podría ser el de aprovechar un mal año climatológico para elevar los precios interiores, sin valorar la quiebra que ello provocaría en la cadena de valor añadido, que a corto plazo provoca la deslocalización industrial. Las decisiones estratégicas implican la necesidad de preservar el complejo agroalimentario en toda su extensión». Añadiríamos por nuestra cuenta que esto es aún más cierto cuando se debe ejercer el liderazgo mundial.

La explosión de la producción española no está exenta de problemas. ¿Puede una economía como Jaén depender exclusivamente del monocultivo olivarero? Nos referimos a la fragilidad económica que esto representa. La crisis del orujo ayer y la del girasol hoy son las orejas del lobo que podría algún día devorar las ovejas del rebaño olivarero.

Nos referimos también al problema medioambiental que se plantea, al ser el olivar un cultivo que ocupa grandes superficies. Se trata, por ejemplo, del riesgo de desertificación que dicho monocultivo acrecienta. El hecho de que este riesgo sea abordado en una revista de un gran distribuidor español, Eroski (2002), enfocada a sus clientes, es otro ejemplo más de cuanto hemos venido explicitando hasta ahora.

V. EL ACOMPAÑAMIENTO POR LAS ADMINISTRACIONES

El primer objetivo que deben tener desde las administraciones públicas es *no estorbar*. Flaco servicio harían, por ejemplo, a los productores si no fueran capaces de explicar con claridad las consecuencias del proceso de globalización y apertura de los mercados en el cual estamos inmersos. No sólo es un proceso irreversible, sino que va a agudizarse en el futuro. Ha llegado la hora de la consolidación.

Gestión de riesgos. La gran mayoría de las medidas para hacer frente a los riesgos, tanto climáticos como de infecciones o de mercado, han de adoptarse en la explotación con una gestión diversificada y prudente. En ningún caso, una intervención pública puede estimular, y menos recompensar, estrategias de riesgos con privatización de los beneficios y socialización de las pérdidas. Hay campo de actuación para las autoridades públicas, pero siempre con una participación financiera importante de los productores.

Cadena alimentaria. La competencia va a crecer, y la gran distribución va a seguir concentrándose. No olvidemos que el mayor operador europeo, Carrefour, pesa la mitad que el líder mundial, Wallmart. El funcionamiento de la cadena alimentaria no es satisfactoria hoy en día. Desde el ámbito de la producción, se insiste

6-Productos mediterraneos.qxp 08/10/2008 9:32 PÆgina 84

en la diferencia entre los precios percibidos por los agricultores y los pagados por los consumidores. Éste es un tema muy mediatizado, pero otros también son importantes, tales como el de las relaciones entre la gran distribución y sus suministradores. La alternativa es entre códigos de buena conducta negociados por las partes o una reglamentación más intervencionista.

Producción integrada y ecológica. Cada vez menos productos van a estar disponibles para los tratamientos fitosanitarios, los tratamientos aéreos (por ejemplo contra la mosca del olivo) están en entredicho y las exigencias de calidad van a aumentar. El que no quiera jugar en este tablero haría bien en retirarse lo antes posible.

Desarrollo rural y organizaciones de productores. Para acompañar a los productores agrarios que estarán dispuestos a construir futuro, dispondremos esencialmente de los instrumentos previstos en los programas de desarrollo rural y en los programas operativos de las organizaciones de productores para las frutas y hortalizas. La propuesta de la Comisión, incluida en el «chequeo de la PAC», de permitir a los estados miembros que así lo decidan el desarrollo de organizaciones de productores en otros sectores abre una vía de desarrollo interesante.

Ayudas desacopladas y regionalizadas. Habrá de profundizarse también en el proceso de reforma de la PAC. La legitimidad de las ayudas futuras a los agricultores europeos se basará en la compensación de los costes adicionales que se les imponen para responder a las demandas de la sociedad. García Alvarez-Coque (2003) reconocía que «los productores hortofrutícolas comunitarios tienen razones para quejarse de la competencia desleal de aquellos países que no cumplen unas normativas ambiental y laboral tan estrictas como las que pretendemos cumplir en la Unión Europea». Por esto, la Comisión, paso a paso, está avanzando hacia un sistema de ayudas más desacopladas, con el horizonte puesto en un sistema regional que no discrimine entre los productores de una misma región en función de sus cultivos históricos. La elegibilidad a las ayudas directas de todas las tierras plantadas de olivar y cultivadas con frutas y hortalizas son dos modestos pasos ya dados en esta dirección. Las propuestas del «chequeo médico de la PAC» aprobadas por la Comisión en mayo 2008 contiene algunos pasos más. Se trata, por ejemplo, de la flexibilidad suplementaria dada a los estados miembros para la utilización del artículo «ex 69», con transferencias posibles del apoyo entre sectores productivos (7). Pero aún quedará mucho camino por recorrer (García Azcárate, 2008).

Cuando se empezó a hablar de libertad de cultivo en las frutas y hortalizas, fueron los productores de estos cultivos los que expresaron temores de ver sus mercados invadidos por productores de cereales en búsqueda de alternativas. Nunca compartimos estos temores porque las producciones especializadas requieren fuertes inversiones en capital circulante, implican, entre otros, ciertos niveles de riesgos productivos y de precios, así como mayores necesidades de mano de obra. Hoy son las empresas de transformación de frutas y hortalizas las que temen verse privadas de la materia prima suficiente. Evidentemente, tendrán que ofrecer precios suficientemente remuneradores para conseguir mantener a sus suministradores.

Eco-condicionalidad. Quien diga «ayudas directas» dice también eco-condicionalidad. Como señalan, por ejemplo, Ceña, Gallardo y Ramos (2007), «la eco-condicionalidad impuesta por la reforma intermedia de la PAC, al mismo tiempo que el desacoplamiento de las ayudas al olivar, pueden ser un buen instrumento para conseguir un sistema de producción de aceite de oliva sostenible». La eco-condicionalidad del futuro será más simple, más centrada en las condiciones propias de la explotación agraria, pero también más y mejor controlada, aplicada y sancionada.

Política de calidad. Se trata de facilitar la segmentación estratégica de los mercados, tanto con las denominaciones de origen como con reglas claras y transparentes de etiquetado.

Política de infraestructuras. Dependemos demasiado del transporte de mercancías por carretera. Hasta ahora sólo eran ventajas, de coste y de flexibilidad. La saturación de las autopistas y los costes medioambientales han puesto esta ventaja en entredicho. No es un cambio fácil, razón por la cual hay que iniciarlo lo antes posible y adoptar las estrategias inversoras adecuadas: los centros de conexión inter-modales y el desarrollo de las autovías ferroviarias, por ejemplo.

NOTAS

(*) Las opiniones expresadas en esta contribución sólo comprometen a su autor y no a la Institución para la cual trabaja. El manuscrito de este artículo se terminó en el mes de junio de 2008.

(1) http://www.thegreenery.com/?pag=213

(2) El olivar tradicional requiere 1.500 m³ por hectárea y el intensivo 2.500 m³, frente a los 5.000-8.000 m³ del maíz, Datos recogidos de CEÑA, GALLARDO y RAMOS (2007).

(3) Esta diferenciación entre exigencias del consumidor y exigencias del ciudadano, es útil conceptualmente pero subjetiva. Algunos consumidores están dispuesto a pagar en ciertas condiciones por ellas y no en otras. También evolucionan con el tiempo. En realidad, no hay un consumidor sino muchos consumidores. El mismo individuo que se preocupa por

6-Productos mediterraneos.qxp 08/10/2008 9:32 PÆgina 85

el bienestar de las gallinas cuando compra huevos en el supermercado no siempre tiene la misma reacción frente a un bocadillo de tortilla en un bar.

(4) http://www;libroblancoagricultura.com/publicacion/pdf/Cap01a10_T2.pdf

(5) http://www.mapa.es/es/ministerio/pags/plataforma_conocimiento/biblioteca_virtual.htm

(6) http://www.agrodigital;com/PIArtStd.asp?CodArt=57385

(7) http://ec.europa.eu/agriculture/healthcheck/index_fr.htm

BIBLIOGRAFÍA

AUGIER, P.; GASIOREK, M., y LAI TONG, C. (2005), «The impact of rules of Origin on trade flows». *Economy Policy*, 20, n°43: 567-623. Un resumen esta disponible en http://www.blackwell-synergy.com/doi/abs/10.1111/j.1468-0327.2005.00146.x

ANANIA, G., y D'ANDREA, M.R.P. (2007), «The global market for olive oil: Actors, trenes, prospects and research needs»: 103, *EAAE Seminar Barcelona*. Disponible en http://ageconsearch.umn.edu/handle/123456789/27212

BRENTON, P., y MANCHIN, M. (2003), *Trade Policy Issues for the Euro-Med Partnership,* CEPS. Disponible en http://shop.ceps.eu/BookDetail.php?item_id=1031

BRIZ, J.; DE FELIPE, I., y GARCA, M. (2007), «Food safety in agricultural internacional trade: The Spanish experience in Mediterranean products»: 105, *EAAE Seminar. Bolgna*. Disponible en http://ageconsearch.umn.edu/handle/123456789/28989

CEÑA DELGADO, F.; GALLARDO COBOS, R., y RAMOS REAL, F. (2007), «Efectos territoriales de la expansión del olivar en Andalucía e implicaciones de los nuevos escenarios sectoriales», en *Políticas agrarias y ajuste estructural en la agricultura española.* Serie Estudios n°162, MAPA.

DANSE, M. (2008), *GHG Calculation Tool for Horticultural Supply Chaín* FRESH 2008. Disponible en http://www.mintel.webbler.co.uk/?lid=146

DE PABLO VALENCIANO, J., y PÉREZ MESA, J.C. (2004), «El entramado de empresas almerienses de economía social dedicadas a la comercialización agraria: descripción, problemas generales y perspectivas de competitividad». *Revista de estudios Agrosociales y Pesqueros*, n°202: 71-100. Disponible en http://www.mapa.es/es/ministerio/pags/Biblioteca/revistas/art_datos.asp?articuloid=832&codrevista=REEAP

EROSKI (2002), « Alertan del problema de desertificación que tiene Jaén por el monocultivo del olivar», 8 de diciembre. Disponible en http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/2002/12/08/54993.php

GALLARDO COBOS, R., y CEÑA DELGADO, F. (2007), «El proceso de ajuste estructural en el olivar de Andalucía», en *Políticas agrarias y ajuste estructural en la agricultura española*, Serie Estudios, n° 162, MAPA.

GARCÍA ALVARE-COQUE, J. M. (1998), «La agricultura valenciana: un hecho diferencial». Vida Rural, 1 de abril. Disponible en http://www.mapa.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_vrural%2FVrural_1988_63_108_111pdf

— (2003), «El sector de frutas y hortalizas», comunicación a la jornada temática sobre la agricultura española en el marco de la PAC, Madrid 6 y 7 de febrero. Disponible en http://www.libroblancoagricultura.com/libroblanco/jtematica/pac/comunicaciones/jm_galvarez_coque.pdf

— (2004), «La asociación euromediterránea y su incidencia en la agricultura». *Vida Rural*, 1 de diciembre: 70-73. Disponible en http://www.mapa.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_vrural%2FVrural_2004_200_70_73.pdf

GARCÍA AZCÁRATE, T. (2008), «Le bilan de santé de la Politique Agricole Commune», *Revue du Marché Commun et de l'Union Européenne*, n° 514, febrero: 73-79.

GARCÍA MARTÍNEZ, P.; CUESTA AGUILAR, M.J.; JIMÉNEZ ÁVILA, J.M.; CANCER POMAR, L., y PANIZA CABRERA, A. (2005), «La influencia de la PAC en las transformaciones de los paisajes rurales mediterráneos. El caso de Cárcheles (Jaén)», *I Congreso de Cultura del olivo*. Disponible en http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=2523654

KRAUTTER, M. (2008), *Pesticides in Fruits and Vegetables*, FRESH 2008. Disponible en http://www.mintel.webbler.co.uk/?lid=146

MAERTENS, M., y SWINNEN, J.F.M. (2007), «Standard as barriers and catalysts for trade, growth and poverty reduction», *Journal of International Agricultural Trade and Development*, volume 4, n.° 1: 1-15.

MATE, V. (2008), «Fruta demasiado madura: les exportaciones hortofrutícolas se estancan y las importaciones crecen al 20». *EL PAIS Negocios* 4 de mayo: 39.

MEUNIER, F. (2008), «Flambée agricole: la faute à l'urbanisation». Disponible en http://www;telos-eu.com/fr/article/flambee_agricole_la_faite_a_l_urbanisation

MUSA, S. (2005), *An Economic Análisis of Food safety Standards and its Implication on Agricultural Trade in the Context of EU-MED Partnership: The Case of SPS Standards and EUREPGAP agreements*. Research n°FEM22-12 FEMISE disponible en: http://www.femise.org/PDF/ao22/FEM2212.pdf

O.L. NILSSON, F.; LINDBERG, E., y SURRY, Y. (2006), «Are the Mediterranean countries competitive in fresh fruit and vegetable exports?»: 98, *EAAE Seminar Crete*. Disponible en http://ageconsearch.umn;edu/handle/123456789/26494

ORR, S. (2008), *Businesss and water*, FRESH 2008. Disponible en http://www.mintel.webbler.co.uk/?lid=146

PAPASSEIT, P. (2008), «Almería, una horticultura moderna», *Horticultura*, n° 205: marzo 42-50.

REARDON, T.; CODRON, J.-C.; BUSCH, L.; BINGEN, J., y HARRIS, C. (1999), «Global change in agrifood grades and standards: Agribusiness strategic responses in developing countries», *International Food and Agribusiness Management Review*, 2(3/4): 421-435. Disponible en http://www.ifama.org/tamu/iama/nonmember/OpenIFAMR/Articles/v2i3-4/421-435.pdf

ROOZER, N. (2008), *Solidaridad: Mainstreaming and Responsible Practices in the Fruit Sector*, FRESH 2008. Disponible en http://www.mintel.webbler.co.uk/?lid=146

ROSSENEU, F. (2008), *Carbon Footprint Developments*, FRESH 2008. Disponible en http://www.mintel.webbler.co.uk/?lid=146

SUMPSI VIÑAS, J.M. (1977), «Delimitación del área de agricultura mediterránea en España», *Agricultura y Sociedad*: n° 4: 81-116. Disponible en http://www.mapa.es/es/ministerio/pags/Biblioteca/revistas/art_datos.asp?articuloid=1334&codrevista=AyS

TIÓ SARALEGUI, C. (2003), «La adaptación de las producciones a la evolución de los mercados», ponencia en la *Jornada Temática sobre la Agricultura Española en el Marco de la PAC*, Madrid. Disponible en http://www.libroblancoagricultura.com/libroblanco/jtematica/pac/ponencias/pdf/c_tio.pdf

VERMEULEN, H.; JORDAAN, D.; KORSTEN, L., y KIRSTEN, J. (2006), «Private standards, handling and hygiene in fruit export supply chains: A preliminary evaluation of the economic impact of parallel standards», *International Association of Agricultural Economists Conference*, Gold Coast, Australia, August 12-18, 2006. Disponible en http://ageconsearch.umn.edu/handle/123456789/9890

VERWOERTS, R. (2008), *New Frontiers for New Technologies*, FRESH 2008. Disponible en http://www.mintel.webbler.co.uk/?lid=146