



Si hemos de hablar sobre uno de los motores económicos de la provincia de Jaén, uno de los principales (o sino el principal) sería el sector oleícola dado el aporte que realiza tanto en la economía como en el mercado laboral. Este hecho se corrobora al ser la provincia de Jaén uno de los principales productores de aceite a nivel mundial, llegando a obtener en la campaña 2013/2014 más del 40 por cien de la producción de aceite de España.

Sin embargo, a pesar de sus fortalezas productivas, el sector oleícola presenta importantes debilidades, entre las que destacan una población más envejecida sin regeneración de nuevos agricultores, la dependencia de las ayudas de la PAC o la aún reducida creación de valor en los eslabones de servicios de la cadena de suministro, entre otras. Estas debilidades impulsan la necesidad de establecer estrategias que mejoren la situación en un corto o medio periodo de tiempo.

Con este fin, el libro analiza el entorno global del aceite de oliva. Por un lado, se expone el cambio que se prevé se produzca a partir del año 2023 con la nueva PAC, dadas sus nuevas directrices marcadas por las orientaciones de la Unión Europea, recogidas en el Pacto Verde, con la Estrategia de la Granja a la Mesa y la Estrategia de la UE sobre Biodiversidad para 2030, que pretenden preservar y proteger la biodiversidad. Pero, por otro lado, a estas medidas se le suman otras de carácter económico internacional, como son la vuelta al proteccionismo a través de aranceles a las importaciones de aceites de oliva envasados adoptada por EEUU, así como cambios normativos propiciados por el Gobierno de España, entre otros.

Las amenazas para el olivar jiennense provienen de la proliferación de olivares más productivos, a lo que se une el estancamiento de la demanda nacional, lo que ha provocado un periodo de bajos precios en el mercado de origen, que ha venido afectando de forma negativa a la rentabilidad del sector.

Con el objetivo de mitigar dicha situación y servir de guía futura, se publica la obra “Estrategias para una oleicultura jiennense más competitiva”, donde se explican los cambios producidos en el sector a nivel de la producción, innovación y calidad en el contexto global. Pero en este libro no solo se explican dichos cambios, sino que además se establecen los ejes estratégicos y acciones necesarias para incrementar la competitividad tanto presente como futura de la provincia jiennense en el sector.

En esta obra se ha empleado la metodología AHP de identificación, elaboración de catálogos, elaboración de cuestionarios y análisis de datos que ha proporcionado la información

necesaria para establecer las conclusiones compuestas por el marco estratégico. Además, dicho estudio ha tenido en cuenta la opinión de más de 70 investigadores y profesionales del sector oleícola, los cuales han realizado fichas de acciones y medidas, que han permitido establecer 6 ejes estratégicos y 18 acciones especificados por los agentes encargados de su implementación y que tienen como finalidad superar la actual crisis que está sufriendo el sector mediante el incremento de la rentabilidad de las explotaciones olivareras y el aumento de las ventas.

Con este objetivo, los autores proponen acciones que abordan diferentes campos, como la realización de alianzas entre los operadores de la cadena de valor del aceite, diversificar la actividad a través del oleoturismo o la producción de otros cultivos complementarios con el olivar, todo ello bajo la premisa de la sostenibilidad ambiental, incluyendo también el objetivo del aumento de la producción ecológica. Además de dichas acciones, se propone la mejora de la digitalización del sector a través de aplicaciones directas como la agricultura inteligente realizada a través del uso de las TIC, la mejora de la calidad de los aceites de oliva, la introducción del producto en nuevos mercados, el fomento del relevo generacional y el incremento del valor añadido mediante una mejora de la comercialización, de la trazabilidad de los aceites de oliva y del envasado.

Una vez realizado el marco estratégico a seguir en los próximos años, es importante establecer quienes serán los encargados de implementar dichas acciones, bien sean agentes públicos o agentes privados. Por tanto, con el fin de entender las acciones a poner en marcha por parte de los olivareros, es necesario que se transfiera el conocimiento de forma accesible para ellos. Es por esto que este trabajo no se cierra con la publicación de esta guía, sino que los autores ya han anunciado la realización de videos que ayuden a entender a la población las acciones a implementar.

Resumiendo, esta obra es una guía práctica de gran interés para el lector ya que en ella pueden encontrar recogidas las medidas necesarias para incrementar la rentabilidad del sector en un corto-medio plazo, en un entorno global cambiante que presenta amenazas para un sector que es uno de los principales motores de la economía jiennense. Además, esta publicación es de gran relevancia al recoger el trabajo no solo de científicos sino también de profesionales del sector, los cuales a través de su experiencia han conseguido aunar perspectivas determinando el camino a seguir tanto por las Administraciones Públicas como por las empresas privadas.

Siendo la provincia de Jaén la mayor productora de aceites de oliva de España, por su tradición y cultura olivarera, es el momento de poner en marcha otros factores que aporten más valor a la cadena de suministro, con el fin de mitigar las pérdidas a corto plazo e incrementar la rentabilidad a medio plazo, tanto del sector como de la provincia en general. Es por esto que esta obra es una herramienta de gran utilidad para todos aquellos agentes que influyen tanto de forma directa como indirecta en el sector, así como para los lectores interesados, pues se ha escrito con el fin de enfocar todos los esfuerzos a la consecución del objetivo de poner en valor el aceite de oliva jiennense que tan importante es para la provincia de Jaén.

Ana Belén Mudarra Fernández
Universidad de Jaén