



Abstract ampliado

RESUMEN AMPLIADO

Título: INNOVACIÓN TERRITORIAL: EFECTOS SOBRE EL CULTIVO DE OLIVOS MILENARIOS

Autores y e-mail de todos ellos:

Luisa Alama, alama@uji.es

Vicente Budí, budi@uji.es

Juan J. Rubert, rubert@uji.es

Departamento:

Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local (IIDL)

Universidad:

Universitat Jaume I

Área Temática: *(indicar el área temática en la que se inscribe el contenido de la comunicación)*

S-10 Territorio y empleo

Resumen: *(mínimo 1500 palabras)*

Este trabajo se estructura con el objetivo de conocer el ecosistema innovador que rodea el subsector de la producción de aceite de oliva, y especialmente centrado en el territorio interior del Baix Maestrat¹ y en la especificidad de su producción centrada en los Olivos Milenarios².

El aceite de oliva singular de esta zona oleica presenta dos particularidades especiales, por un lado, la presencia de la variedad Farga, con unas especiales características organolépticas que confieren una especial calidad a aceites obtenidos con esta aceituna; y por el otro lado, la existencia de aproximadamente 4.800 olivos milenarios en una zona más amplia y que incluye también municipios de Catalunya y Aragón en una zona amplia agrupada en torno a la Taula del Sénia³. Estos Olivos Milenarios fueron declarados en 2018 parte del Patrimonio Agrícola Mundial por la FAO.

¹ El territorio de estudio preferente, en el que se encuentra la mayor densidad de Olivos Milenarios, se encuentra agrupado a efectos de políticas activas de empleo y formación en el Pacto Territorial por el Empleo Castelló Nord. Otras zonas con producción destacada de aceite de oliva en la provincia de Castellón, y que son relevantes en cuanto a la introducción de innovaciones es la comarca del Alto Palancia (zona Sierra Espadán y Calderona) y el Pla del l'Arc (zona Plana Alta-Alcalaten).

² La clasificación como Olivo Milenario requiere de una certificación técnica y tienen un perímetro de tronco mínimo de 3,5 metros.

³ La (mancomunidad) Taula del Sénia constituye un proyecto actuaciones centradas en torno a la existencia de estos Olivos Milenarios y con actividades e iniciativas centradas en el ámbito de promoción turística. Incluye 27 municipios; 15 de la provincia de Castellón, 9 de Tarragona y 3 de Teruel.



Junto al emblema que supone la variedad Farga, otras variedades presentes en el territorio son la Picual, Morrut y Arbequina.

A los efectos de este trabajo el enfoque en términos de innovación supone un aparente reto al tratarse, precisamente, de analizar cómo se introducen técnicas innovadoras en un cultivo que cuenta con miles de años de tradición y es éste, además, el principal elemento diferencial.

Desde el punto de vista territorial, la configuración socioeconómica del presenta los patrones habituales en la mayoría de las zonas de interior de la Comunitat Valenciana y, al igual que sucede en la cuestión climática, la situación es preocupante si bien no tan grave como en las zonas más al interior y limítrofes con la provincia de Teruel. La población se encuentra envejecida y algunos de los municipios que integran el área se encuentran afectados por el problema de la despoblación y las amenazas que implica respecto del desarrollo futuro. Desde el punto de vista formativo, la población activa presenta cualificaciones aparentemente suficientes para atender las necesidades del tejido productivo local, si bien se muestra deficiente en el segmento de grupos más especializados, lo que implica una carencia de personal técnico más cualificado.

La insistencia en conocer los aspectos formativos está directamente relacionada con la potencialidad innovadora del territorio. En este sentido, la cantera de personas formadas no encuentra una oferta de puestos de trabajo adecuada a su cualificación, lo que se traduce en un problema de retención de talento y disminución de la capacidad de innovar.

En este sentido, resulta relevante la escasez casi absoluta del segmento de servicios avanzados (servicios a empresas), limitado a servicios de asesoramiento jurídico-contable.

Centrándonos en cuestiones que inciden en la innovación en este subsector, es importante señalar que, en general podemos afirmar que se trata de cultivos dentro del sistema de Olivar tradicional en moderada pendiente de secano⁴ (olivar de secano con menos del 20% de pendiente y una densidad menor a los 180 árboles por Ha) e intensidad productiva media. En cuanto a la propiedad y sistemas de explotación predomina el pequeño agricultor individual, que en algunos casos combina con otros cultivos complementarios, y con un peso destacado de la agricultura a tiempo parcial. Esto significa pequeñas parcelas y la consiguiente dificultad para introducir innovaciones.

Sin embargo, es en esta fase de cultivo donde se están incorporando nuevas técnicas que facilitan el objetivo de rentabilidad y calidad del producto, que cada vez se encuentran más unidos en la estrategia productiva. En lo que hace referencia a mayor rentabilidad, esta se vincula en con fase de mecanización (poda), maquinaria para tratamientos fitosanitarios compartida, y plantaciones adaptadas a una mecanización más intensiva; si bien esto último supone en realidad una estrategia de largo plazo en infraestructuras productivas. En cuanto a la calidad del producto, los movimientos van claramente en reducción de tratamientos fitosanitarios y un movimiento hacia cultivos más ecológicos,

⁴ Consejo Oleícola Internacional (2015, pág. 2)



que en algunas ocasiones se traduce en reducción de costes⁵ y una mejor gestión de los tiempos de recolección⁶ que combinen cantidad con calidad de producto.

Los sistemas oleícolas locales generan toda una serie de bienes públicos o externalidades positivas de las que se apropia la sociedad sin que medie compensación económica alguna: gestión eficiente del paisaje, protección del patrimonio natural, cultural y etnológico, viabilidad y sostenibilidad socioeconómica de áreas rurales, etc. En la medida en que la rentabilidad socioeconómica, cultural y ambiental supera a la mera rentabilidad privada, avanzar en procesos de innovación que permitan internalizar los bienes públicos generados redundará positivamente en el sector oleícola.

Diferentes estudios⁷ vienen a indicar que la generación de efectos externos positivos depende de la tipología de los cultivos y de las prácticas agrarias y ambientales aplicadas, por lo que determinar en qué medida la producción oleícola de nuestra área de estudio puede originar dichos efectos resulta clave para rentabilizar los mismos.

Ahora bien, en cuanto al cultivo, el cambio viene no tanto por una innovación en concreto sino por una nueva consideración hacia el producto como elemento identificador del territorio.

Esta última consideración es importante en la transmisión de prácticas innovadoras si atendemos a perfiles innovadores. El trabajo de García Álvarez-Coque et al. (2013) sobre perfiles innovadores en la agricultura valenciana analiza las características sociodemográficas del productor, de su explotación y de los determinantes del comportamiento innovador como son la orientación al mercado, la estrategia u orientación hacia el aprendizaje y la actitud innovadora. La principal conclusión de este trabajo es la asociación entre nivel de formación y comportamiento innovador, lo que de facto se convierte en una barrera para la difusión de innovaciones. El segundo aspecto en grado de influencia es el tamaño de la explotación en cuanto a dedicación exclusiva y la existencia de personal asalariado (convirtiendo en elementos negativos el minifundismo y la agricultura a tiempo parcial). Sin embargo, algunos de estos condicionantes negativos se matizan por la pertenencia a agrupaciones de propietarios (cooperativas o SAT) que incorporan en muchos casos profesionalidad en la gestión agrícola. Un tercer aspecto que ayuda a la innovación es el hecho de contar con infraestructuras productivas, en especial con sistemas de riego, y por extensión, de maquinaria adaptada al sistema de cultivo.

Por otro lado, la predisposición a introducir innovaciones aparece ligada a la agricultura comercial y más próxima al mercado (Ramos-Sandoval, et al., 2016). De hecho, se muestra mucho menos relevante la disposición de instrumentos de formación y asesoramiento (oficinas de asesoramiento agrícola) que la predisposición al mercado a la hora de introducir innovaciones, lo que condiciona también la propia tipología de la innovación que se decanta por acciones de reducción de costes y variedades más aceptadas por el mercado.

⁵ A modo de ejemplo, la tendencia a mantener el “manto o cubierta vegetal”.

⁶ Cursos formativos sobre buenas prácticas de cultivo.

⁷ Pérez, et al., 2013. Coq-Huelva, et al, 2012.



La segunda vía para la introducción de innovaciones se encuentra en el parte industrial de la actividad; esto es, la extracción del aceite (almazaras) y el proceso de refinados. Desde el punto de vista técnico la clave está en la extracción de la máxima cantidad de aceite con métodos de prensado y filtrado que no deterioren el producto. El paso siguiente se centra en la conservación en condiciones de margen de temperatura controlada y posterior embotellado para su venta. La innovación se incorpora en nuevas almazaras de ciclo cerrado que garantizan un menor nivel de oxidación y pérdida de aromas.

El último paso, y posiblemente el más relevante en cuanto a marcar la tendencia del sector se encuentra en la innovación de mercado y la puesta en valor del producto. Algunas de las iniciativas puestas en marcha por productores privados, y que cumplen con los requisitos de perfil innovador (pequeñas empresas no cooperativas, con gestión productiva técnica desde la fase de cultivo y obtención de aceite y personal asalariado) están dando como resultado productos diferenciados a los que se aplica estrategias de marketing que tienen su reflejo en precios mucho más elevados y que actúan como efecto contagio hacia el resto de los productores. De esta forma, se evita la limitación que supone el déficit generalizado de acciones de transferencia de innovaciones y conocimiento hacia empresas y agricultores».

El análisis de datos se centra en esta tipología de explotaciones y en analizar cómo la profesionalización de segmentos de mercado provoca innovaciones que se trasladan hacia el conjunto del sector. El proceso de innovación incorpora también mejoras formativas que tienen reflejo, por orden de importancia, en estrategias comerciales y de producto; transformación, producción y conservación del aceite de oliva; y como último paso, la fase de cultivo, que tiene también sus efectos en el diseño de nuevas plantaciones o en la recuperación de cultivos abandonados.

Referencias.

Consejo Oleícola Internacional (2015): Estudio internacional sobre costes de producción del aceite de oliva. 22/09/19. Madrid

Coq-Huelva, D., García-Brenes, M., y Sabuco-i-Cantó, A. (2012): *Commodity chains, quality conventions and the transformation of agroecosystems: olive groves and olive production in two Andalusian case studies*, European Urban and Regional Studies. <https://doi.org/10.1177/0969776411428560>

García Álvarez-Coque, J. M.; Pérez Ledo, P. y Santarremigia Casañ, E. (2013): Perfiles innovadores en la agricultura valenciana, Cuadernos de Estudios Agroalimentarios, pp.153-169.

⁸ Esta parte técnica permite la obtención de diferentes categorías comerciales de aceite en función de su método de extracción y filtración o refino. El reglamento 1234/2007 (CE) establece las diferencias en orden de calidad del Aceite de oliva virgen extra (AOVE), AO virgen, AO lampante, AO refinado y resto de aceite de oliva.

⁹ Sanz-Cañada, et al. 2011.



Pérez, L., Egea, P. y Sanz-Cañada, J. (2013): “Valoración de externalidades territoriales en denominaciones de origen de aceite de oliva mediante técnicas de proceso analítico de red”, ITEA (Información Técnica Económica Agraria), 109 nº 2, 239-262.

Ramos-Sandoval, R.; García-Álvarez-Coque, J. M. y Mas-Verdú, F. (2016): Innovation behaviour and the use of research and extension services in small-scale agricultural holdings; Spanish Journal of Agricultural Research, pp. <http://dx.doi.org/10.5424/sjar/2016144-8548>.

Sanz-Cañada, J., Hervás-Fernández, I., Sánchez-Escobar, F. y Coq-Huelva, D. (2011): Investigación e innovación en el sector del aceite de oliva en España. Problemas, oportunidades y prioridades de I+D+i. Madrid, Digital CSIC y ALENTA/Plataforma Tecnológica del Olivar <http://hdl.handle.net/10261/51799>. 24/07/19.

Palabras Clave: *(máximo 6 palabras) innovación territorial, knowledge spillovers, sector agroalimentario, capacidad de innovación*

Clasificación JEL: