

VENTAJAS COMPARATIVAS EN EL SECTOR OLEÍCOLA CON CALIDAD DIFERENCIADA EN LA PROVINCIAS DE JAÉN Y CÓRDOBA¹

Ana García Moral / Leticia Gallego Valero
Universidad de Jaén

RESUMEN: Las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) reguladas por la normativa de la UE, tienen como finalidad proporcionar información solvente a los consumidores sobre la calidad de los productos, vinculada al origen de los mismos. Esto, a su vez, puede favorecer la actividad comercial de los oferentes y estimular procesos de desarrollo rural, como defiende la legislación comunitaria. A partir de los argumentos que proporciona la literatura revisada y la información que ofrece el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), los objetivos de esta investigación son, en primer lugar, analizar si las dos provincias andaluzas con mayor superficie de olivar de aceituna para almazara, Jaén y Córdoba, presentan ventajas comparativas en la producción de AOVE con calidad diferenciada por una DOP. En segundo lugar, identificar los mercados a los que los operadores provinciales dirigen su oferta. En tercer lugar, conocer la actividad de los Consejos Reguladores en la promoción del producto. En cuarto lugar, comprobar si producir AOVE con DOP repercute favorablemente en la renta del agricultor y, por último, identificar los canales de distribución empleados por las almazaras oleícolas de las provincias andaluzas.

PALABRAS CLAVE: Aceite de oliva virgen (AOV), Denominación de Origen Protegida (DOP), Andalucía, exportación.

SUMMARY: The Protected Designations of Origin (PDO), regulated by EU regulations, are intended to provide reliable information to consumers about the quality of products, linked to their origin. This, in turn, can favor the commercial activity of the suppliers and stimulate rural development processes, as defended by community legislation. Based on the arguments provided by the reviewed literature and the information offered by the Ministry of Agriculture, Fisheries and Food (MAPA), the objectives of this research are, first of all, to analyze whether the two Andalusian provinces with the largest area of olive groves in olives for the mill, Jaén and Córdoba, present comparative advantages in the production of EVOO with quality differentiated by a PDO. Secondly, identify the markets to which provincial operators direct their offer. Thirdly, know the activity of the Regulatory Councils in promoting the product. Fourthly, check whether producing EVOO with PDO has a favorable impact on the farmer's income and, finally, identify the distribution channels used by the olive oil mills in the Andalusian provinces.

KEYWORDS: Virgin olive oil (VOO), Protected Designation of Origin (DOP), Andalusia, export.

¹ Esta investigación se desarrolla en el marco del Proyecto de Investigación: Análisis comparado de la estrategia empresarial en la producción oleícola con calidad diferenciada en la provincia de Jaén, financiado por el Instituto de Estudios Giennenses, convocatoria 2022.

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

Los alimentos con calidad diferenciada amparados por una Denominación de Origen Protegida (DOP) o una Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) cuentan con características peculiares y específicas debidas al origen de las materias primas utilizadas (MAPA, 2014). El Reglamento (UE) n° 1151/2012 del Parlamento y del Consejo, de 21 de noviembre de 2012², sobre los orígenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios establece que se entenderá por «denominación de origen» un nombre que identifica un producto: a) originario de un lugar determinado, una región o, excepcionalmente, un país; b) cuya calidad o características se deben fundamental o exclusivamente a un medio geográfico particular, con los factores naturales y humanos inherentes a él, y c) cuyas fases de producción tengan lugar en su totalidad en la zona geográfica definida. Asimismo, dispone que, se entenderá por «indicación geográfica» un nombre que identifica un producto: a) originario de un lugar determinado, una región o un país, b) que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda esencialmente atribuirse a su origen geográfico, y c) de cuyas fases de producción, una al menos tenga lugar en la zona geográfica definida. La DOP y la IGP reconocen una mercancía como procedente de un territorio en particular y, basándose en su origen, los consumidores pueden asociar el alimento con una calidad, característica o reputación determinadas. Por la información que transmiten la DOP/IGP es un atributo diferenciador de los bienes en el mercado, pudiendo ser elementos determinantes en el desarrollo de una marca vinculada a su procedencia. Existen diversos estudios que indican que, en condiciones adecuadas, estas indicaciones pueden contribuir al desarrollo de las zonas rurales (Bowen, 2010; Cei et al., 2018), aunque no siempre (Neilson et. al. 2018), y favorecer la venta de los productos locales en los mercados nacionales e internacionales (Bryla, 2015; Galati et al., 2017; Lubinga et al, 2020). El derecho a utilizar una indicación geográfica generalmente recae en los productores regionales y el valor agregado generado por aquella se acumula en los productores del lugar. Además, ayudan a proteger los conocimientos tradicionales transmitidos de generación en generación por la comunidad de una región en particular y suelen generar importantes beneficios secundarios en las áreas del turismo y la gastronomía (Marcoz et al. 2016; Fusté-Forné, 2020).

En la Unión Europea existen indicaciones geográficas y denominaciones geográficas protegidas distribuidas desigualmente por tipos

² Disponible en: <https://www.boe.es/doue/2012/343/L00001-00029.pdf>

de productos y país. A finales de 2022, el registro legal de nombres de productos agrícolas y alimenticios de la UE, “eAmbrosia”, contiene 114 DOPs y 21 IGP para el aceite de oliva, de un total de 1.610, representando un 8,38% del total, figurando este sector en cuarta posición tras las frutas, vegetales, cereales frescos y procesados con 472 (29,32%), el queso con 254 (15,98%) y los productos cárnicos con 189 (11,74%). En la agroindustria oleícola, Italia es el país que presenta un mayor número de certificaciones con 49 (36,30%), seguida de Grecia con 32 (23,70%), España, con 31 (22,96%), y Francia con 10 (7,41%). En el contexto nacional, el sector oleícola es el que cuenta con un mayor número de registros, con 29 DOPs y 2 IGPs. Las provincias andaluzas de Jaén y Córdoba, que concentra el 39,94% de la superficie agrícola dedicada al cultivo de aceituna para almazara de España y origen del 57,25% de la producción oleícola nacional en 2020, son en las que se obtiene un 58,00% del AOVE con calidad diferenciada del conjunto de la nación.

Para la UE, la DOP/IG tienen como objetivo preservar y realzar la importancia del origen de un producto, reconociéndolo como distinto en un mercado en el que coexiste con mercancías estandarizadas y no vinculadas al lugar en el que fueron producidas, como es habitual en el sector de la alimentación. La DOP/IG certifica que el producto está asociado a un territorio de origen específico y con técnicas de elaboración tradicionales recogidas en un código de práctica común (Comisión Europea, 2019). Transmiten su origen geográfico, histórico y cultural y, por lo tanto, no es reproducible fuera de este contexto delimitado por el espacio. Las regulaciones de la UE establecen claramente que *“los esquemas de calidad operativa para los productores pueden beneficiar a la economía rural, particularmente en el caso de áreas donde el sector agrícola representa una parte significativa de la economía y los costos de producción son altos”* (Parlamento Europeo y Consejo, 2012). Las DOPs/IGs están diseñadas para compensar las debilidades estructurales que enfrentan los agricultores, los sectores agroalimentarios y los territorios rurales y que puedan participar con éxito en la economía globalizada (Bojnec y Ferto, 2015). La agricultura de calidad certificada se presenta como una de las principales oportunidades para el desarrollo de estos entornos rurales (Consejo Económico y Social, 2018), siendo la certificación considerada como un motor de desarrollo para frenar el fenómeno de la despoblación (Millán et al., 2014). En 2021, la Comisión Europea publica un estudio en el que se evalúa la efectividad y eficiencia de las indicaciones geográficas (DOP/IGP) y especialidades tradicionales garantizadas protegidas en

la UE³, concluyendo que el valor de la producción de mercancías agrícolas y alimentarias certificadas es como media el doble del que registran las ventas de productos similares sin esta certificación.

En España, según establece los pliegos de condiciones de las 29 DOPs de aceite de oliva, consultados en la web de la UE⁴, el producto certificado ha de ser aceite de oliva virgen extra (AOVE). La superficie con plantaciones de olivar que producen aceituna para almazara de la que se obtiene el AOVE con DOP debe estar inscrita en la DOP, siendo el órgano de control del Consejo Regulador (CR) de la DOP, el encargado de verificar el origen, trazabilidad y la calidad de los aceites de oliva virgen extra producidos de acuerdo al pliego de condiciones de dicha DOP, aprobado por la Comisión Europea, tal y como se deduce de Ley 6/2015, de 12 de mayo⁵. El CR es el responsable principal de garantizar la calidad del producto certificado, función a la que se une la representación sectorial, la defensa de la marca y la lucha contra el fraude, la promoción y comunicación (Martínez, 2018).

A partir de los argumentos expuestos, los objetivos de esta investigación son, en primer lugar, analizar si las dos provincias andaluzas con mayor superficie de olivar de aceituna para almazara, Jaén y Córdoba, presentan ventajas comparativas en la producción de AOVE con calidad diferenciada por una DOP. En segundo lugar, identificar los mercados a los que los operadores provinciales dirigen su oferta. En tercer lugar, conocer la actividad de los Consejos Reguladores en la promoción del producto. En cuarto lugar, comprobar si producir AOVE con DOP repercute favorablemente en la renta del agricultor y, por último, identificar los canales de distribución empleados por las almazaras oleícolas de la provincia de Jaén y Córdoba. Concretamente, las cuestiones de investigación planteadas son las siguientes:

1. ¿El sector oleícola de Jaén y Córdoba, responsable del 31,15% de la producción de AOVE del conjunto del Estado en 2020, presenta ventajas comparativas en la producción de AOVE con DOP?

2. ¿Existen diferencias significativas por tipo de mercado de destino entre el AOVE con DOP producido en Jaén y el que se obtiene en la provincia de Córdoba?

³ Disponible en: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c1d86ba1-7b09-11eb-9ac9-01aa75ed71a1/language-en>

⁴ Se puede consultar en <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/>

⁵ Se puede consultar en: <https://www.boe.es/eli/es/l/2015/05/12/6/dof/spa/pd>

3. ¿Qué papel desarrollan los Consejos Reguladores en la promoción del AOVE con DOP?

4. ¿Los agricultores oleícolas obtienen mayores ingresos si el AOVE obtenido está certificado por una DOP?

5. ¿Qué canales de distribución emplean las almazaras oleícolas para vender su producto con DOP?

2. MATERIALES Y MÉTODO

El estudio empírico que fundamenta esta investigación se desarrolla a partir de información empírica que procede de diferentes fuentes. En primer lugar, para dar respuesta a la primera y segunda de las cuestiones planteadas en la introducción se trabaja con información secundaria procedente del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. En segundo término, para abordar el tercer, cuarto y quinto de los interrogantes formulados se desarrolla un estudio exploratorio cualitativo, a partir de la realización de una encuesta-entrevista en profundidad a los responsables de los Consejos Reguladores y altos directivos de cinco almazaras con producción oleícola con calidad diferenciadas por una DOP, tres en la provincia de Jaén y dos en la de Córdoba.

Desde 2008 la Subdirección de Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica del Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación en colaboración con los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen Protegidas e Indicaciones Geográficas Protegidas y entidades asimiladas elabora el informe: “*Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) de Productos Agroalimentarios*”. En el documento de 2008 figuran como DOPs en la provincia de Jaén: “Campaña de Jaén”, “Sierra de Cazorla”, “Sierra de Segura” y “Sierra Mágina”. Paralelamente, las de Córdoba son: “Baena”, “Priego de Córdoba” y “Montoro –Adamuz”. A partir de 2010, en el Informe del MAPA no existen datos sobre “Campaña de Jaén”, que deja de operar. En 2009, surge la DOP Lucena, aunque los primeros datos sobre su actividad no se publican hasta 2014. En 2017 surge la IG “Aceites de Jaén”, aunque no hay información disponible sobre su actividad hasta 2021. El período temporal de análisis, 2010-2020, viene determinado por la disponibilidad de información estadística sobre las variables: producción y exportación de AOVE y AOVE con DOP a nivel provincial y nacional, siendo las DOPs consideradas las que se recogen en la siguiente tabla.

Tabla 1.
DOPs de Jaén y Córdoba. Datos en 2020.

Provincia	DOP	Superficie inscrita (ha)		Agricultores (operadores primarios)	
		Nº	%	Nº	%
Córdoba	Baena	60.000,00	8,45	8.462	6,57
	Montoro-Adamuz	22.546,00	3,17	3.306	2,57
	Priego de Córdoba	29.628,00	4,17	6.704	5,20
Jaén	Sierra de Cazorla	37.700,00	5,31	11.400	8,85
	Sierra de Segura	35.064,00	4,94	8.850	6,87
	Sierra Mágina	60.000,00	8,45	11.652	9,04
	Total nacional	710.325,00	100,00	128.879	100,00

Fuente: MAPA.

El análisis de las ventajas comparativas del sector oleícola con DOP en Jaén y Córdoba se desarrolla estimando el índice RCA (*Reveald Comparative Advantage*) de Ballasa y Balassa y Noland (1989). En este caso se emplea el índice RCA adaptado, calculado según la siguiente fórmula:

$$RCA = \frac{\frac{P_{DOP\ it}}{P_{it}}}{\frac{P_{DOP\ t-España}}{P_{t-España}}}$$

Donde:

$P_{DOP_{it}}$ = Producción de AOVE protegido en la provincia i en el año t.

P_{it} = Producción de AOVE en la provincia i en el año t.

$P_{DOP_{j t-España}}$ = Producción de AOVE protegido en España en el año t.

$P_{t-España}$ = Producción de AOVE en España en el año t.

Un valor para RCA igual o superior a 1 muestra que la provincia presenta ventajas comparativas justificadas por su especialización productiva en la obtención de AOVE con DOP. Por el contrario, si RCA toma valores inferiores a 1 registra desventajas comparativas (Laursen, 2015, Torrecillas y Martínez, 2022), derivadas de una pobre especialización productiva en la obtención de AOVE pcon DOP en origen.

La investigación cualitativa se concreta en una entrevista, que fundamenta el estudio exploratorio desarrollado, bajo un enfoque interpretativo, La entrevista se realiza entre los meses de febrero y mayo de 2023, siendo los elementos que la definen los siguientes.

Participantes

Responsables de almazaras oleícolas productoras y comercializadoras y miembros de los los Consejos Reguladores de la DOP Sierra de Cazorla,

Sierra de Segura, Sierra Mágina, Priego de Córdoba y Baena. Para la elección de las empresas entrevistadas se realiza un muestreo intencional, buscando la variedad del discurso. Así, se seleccionan entidades con estrategias diferenciadas con respecto al objeto de estudio. Para el caso concreto de las empresas, todas ellas cumplen unos criterios comunes: la entidad pertenece al CR de la DOP desde el origen del mismo y cuenta con instalaciones para el envasado del producto, comercializando con marca propia todo o gran parte del AOVE con DOP obtenido. Cada una de las compañías entrevistadas disponen de web y tienda virtual y exportan regularmente. En cuatro de los casos considerados, parte de la producción generada se vende con la marca del distribuidor. La persona encuestada en cada caso y las características generales de la entidad se recogen en la tabla 2.

Tabla 2.
Participantes en el estudio cualitativo.

Miembros de los Consejos Reguladores			
DOP	Año de registro	Producción de AOVE certificado con DOP en 2020 (Tn)	Persona encuestada
Baena	1996	22.598,81	Secretario General
Priego de Córdoba	1999	3.938,00	Secretaria General
Sierra de Cazorla	2001	3.572,00	Miembro de comité de dirección
Sierra de Segura	1996	6.345,15	Secretario General
Sierra Mágina	1999	6.675,00	Gerente

Responsables de almazaras oleícolas				
DOP	Forma jurídica de la empresa	Facturación media de la empresa entre las campañas 2019/20-2021/22 (millones de €)	% de facturación que representa e AOVE con DOP	Persona encuestada
Baena	Sociedad limitada	2	14	Director comercial
Priego de Córdoba	Cooperativa	285	5	Directora comercial
Sierra de Cazorla	Cooperativa	30	20	Gerente
Sierra de Segura	Cooperativa	5	6	Presidente de la cooperativa

Responsables de almazaras oleícolas				
DOP	Forma jurídica de la empresa	Facturación media de la empresa entre las campañas 2019/20-2021/22 (millones de €)	% de facturación que representa e AOVE con DOP	Persona encuestada
Sierra Mágina	Cooperativa	17	13	Gerente

Fuente: elaboración propia.

Instrumento

Se emplea como herramienta de recogida de información la entrevista semiestructurada compuesta por 15 preguntas organizada en torno a 6 temas o dimensiones: I. Origen y funcionamiento; II Verificación del cumplimiento del pliego de condiciones; III Producción; IV. Comunicación, promoción e imagen, V. Ingresos de los agricultores y VI. Distribución y venta. Las preguntas que integran la entrevista han sido extraídas de dos estudios previos, lo que justifica que el cuestionario empleado esté validado. Concretamente, se utiliza la encuesta incluida en MAPA (2018) y Guadarrama-Fuentes (2022). No obstante, se debe señalar que las cuestiones formuladas fueron planteadas de un modo abierto, con la intención de obtener una información amplia y profunda sobre aquellos aspectos relacionados con el objeto de investigación.

Procedimiento

El contacto con los entrevistados se realizó mediante una llamada telefónica, donde se presentó el proyecto de investigación, se informa sobre las características de la encuesta y se fija fecha y hora del encuentro con un responsable de la entidad. Posteriormente y de forma presencial, se realizó una presentación en profundidad. En todos los casos se recogió el consentimiento informado de los participantes tanto de forma audio-grabada como por escrito teniendo siempre presente en este trabajo las consideraciones éticas que deben orientar toda investigación cualitativa y el anonimato de los entrevistados (Reglamento Europeo 2016/679). Las entrevistas fueron audiograbadas y posteriormente transcritas para su análisis, respetando siempre la literalidad de sus palabras.

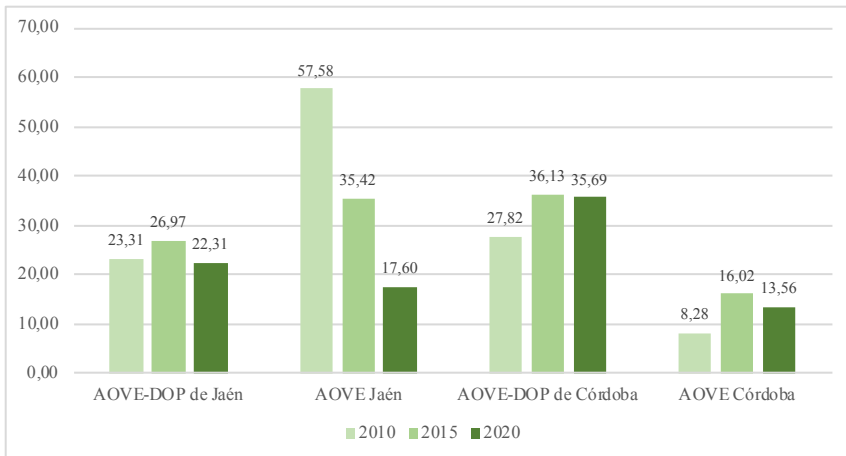
3. RESULTADOS

En 2020, Jaén y Córdoba son origen del 22,31% y un 35,69% del AOVE con DOP producido en España, respectivamente, y de un 17,60% y un 13,56% del total de AOVE generado en el sector a nivel nacional,

lo que se corresponde con su protagonismo como principales provincias oferentes de este producto agroalimentario en el territorio nacional. No obstante, los datos representados en el gráfico 1 y la tabla 3 permiten advertir diferencias significativas entre las dos provincias. En 2010, Córdoba presenta un RCA superior a 3, constatando la apuesta clara del sector por la producción con calidad certificada por una DOP. Por el contrario, el sector giennense, tanto en 2010 como en 2015 presenta un índice RCA inferior a 1. Sólo en 2020 el RCA es mayor a la unidad, en parte debido a la baja producción que se registra este año de AOVE, que asciende a 105,926 toneladas en Jaén, un 67,67% menos que en 2015. En los tres ejercicios analizados el AOVE con certificado por una DOP cordobesa supera el 16% del total de producción de máxima calidad obtenido en el conjunto de su territorio, según el anuario estadístico MAPA. Por el contrario, en ninguno de los tres años, el volumen de producto protegido por una DOP giennense alcanza este porcentaje. Por tanto, se puede afirmar que la primera provincia en la obtención de AOVE no presenta ventajas comparativas en AOVE con DOP, lo que se justifica, que coseguir un producto certificado, con calidad diferenciada, no sea una variable principal en la estrategia productiva y comercial del sector provincial, cuando si lo es en la vecina Córdoba.

Gráfico 1.

Participación de la producción de Jaén y Córdoba en la producción nacional de AOVE con DOP y AOVE en 2010, 2015 y 2020 (en %).



Fuente: MAPA.

Tabla 3.

Peso del AOVE con DOP en la producción de AOVE en Jaén, Córdoba y a nivel nacional e Índice RCA para producción de AOVE con DOP en Jaén y Córdoba en 2010, 2015 y 2020 (en %).

	2010	2015	2020
Jaén	7,63	5,93	15,66
Córdoba	63,31	17,55	32,51
Total nacional	18,84	7,78	12,35
RCA-Jaén	0,40	0,76	1,27
RCA-Córdoba	3,36	2,26	2,63

Fuente: MAPA.

Para conocer la orientación al mercado del AOVE con DOP obtenido en Jaén y Córdoba, la información representada en la tabla 4 permite argumentar diferentes características. En primer lugar y de forma generalizada, se puede afirmar que el esfuerzo productivo del sector no se corresponde con la demanda en el mercado. Año tras año, un elevado porcentaje de AOVE con DOP es comercializado simplemente como AOVE. Por tanto, y salvo excepciones, el sector no coloca el total de la oferta certificada que genera.

Tabla 4.

AOVE con DOP producido, AOVE con DOP vendido y distribución por mercados de destino del AOVE con DOP en las provincias de Córdoba y Jaén en 2010, 2015 y 2020.

	AOVE protegido producido	AOVE protegido vendido		Distribución del AOVE protegido vendido (en%)		
	Tn	Tn	%	Nacional	UE ⁶	Países terceros
2010						
Baena	16.530,00	3.679,00	22,26	66,30	18,73	14,98
Montoro-Adamuz	8.436,00	36,00	0,43	100,00	0,00	0,00

⁶ Aunque Croacia se incorpora a la UE en 2013 y Reino Unido sale de la UE el 31 de enero de 2020, se ha considerado, para todos los años analizados, que el agregado UE incluye: Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Dinamarca, Irlanda, Reino Unido, Grecia, Portugal, Austria, Finlandia, Suecia, Chequia, Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Letonia, Lituania, Malta, Polonia, Bulgaria, Rumanía y Croacia.

	AOVE protegido producido	AOVE protegido vendido		Distribución del AOVE protegido vendido (en%)		
	Tn	Tn	%	Nacional	UE ⁶	Países terceros
Priego de Córdoba	2.850,00	2.100,00	73,68	64,29	32,38	3,33
Sierra de Cazorla	12.000,00	3.100,00	25,83	91,94	4,84	3,23
Sierra de Segura	2.880,00	603,00	20,94	92,21	2,82	4,98
Sierra Mágina	8.425,00	1.695,00	20,12	88,79	7,08	4,13
Total Nacional	99.988,00	22.139,00	22,14	83,68	9,74	6,49
2015						
Baena	21.013,86	5.280,00	25,13	51,70	16,67	31,63
Montoro-Adamuz	28,00	28,00	100,00	50,00	0,00	50,00
Priego de Córdoba	4.973,48	1.410,68	28,36	75,10	17,53	7,37
Sierra de Cazorla	2.500,00	2.250,00	90,00	88,89	4,44	6,67
Sierra de Segura	11.643,12	682,54	5,86	93,04	1,34	5,63
Sierra Mágina	5.275,00	1.820,00	34,50	94,86	2,42	2,71
Total Nacional	71.996,85	27.673,64	38,44	73,13	8,42	18,45
2020						
Baena	22.599	6.494	28,74	44,47	15,20	40,33
Montoro-Adamuz*	0	0	-			
Priego de Córdoba	3.938	1.576	40,02	63,78	18,88	17,35
Sierra de Cazorla	3.572	3.572	100,00	92,39	4,12	3,50
Sierra de Segura	6.345	935,34	14,74	87,88	0,97	11,15
Sierra Mágina	6.675	2.212	33,14	98,01	1,12	0,86
Total Nacional	74.363	32.049	43,10	75,01	7,82	17,16

Fuente: MAPA.

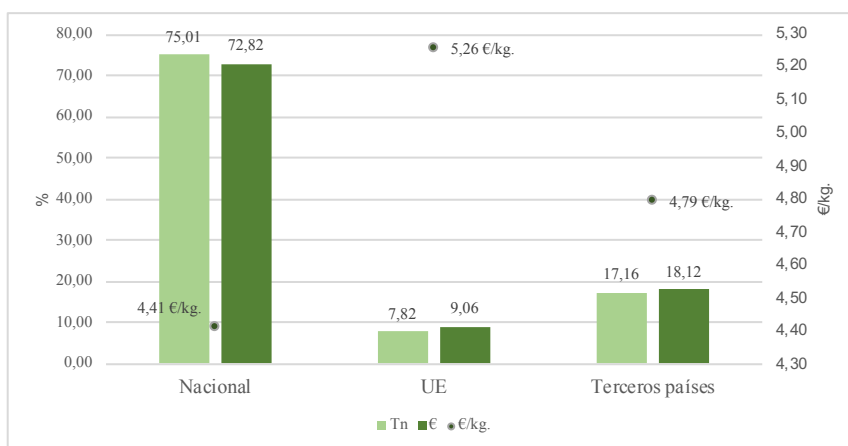
La agroindustria oleícola con calidad certificada mantiene, no obstante, una evolución creciente en sus ventas, durante la última década. En 2010, 22.139 Tn son absorbidas por el mercado, siendo un 16,62 % las que tiene su origen en Baena, un 9,49% en Priego de Córdoba, un 14% en Sierra de Cazorla, un 7,66% en Sierra Mágina, un 2,72% en Sierra de Segura y sólo un 0,16% en Montoro-Adamuz. Diez años después, el total de producción protegida comercializada asciende a 32.049 toneladas, siendo Baena, con una cuota del 20,26%, la que mayor aportación realiza, seguida de Sierra de Cazorla (11,15%), Sierra Mágina (6,90%), Priego de Córdoba (4,92%) y Sierra de Segura (2,92%). En este año la DOP Montoro-Adamuz no registra producción certificada.

En segundo lugar, se confirma que el mercado nacional es destino prioritario para el AOVE con DOP producido en el conjunto del Estado. En 2010, más de tres quintas partes de todo lo certificado por una DOP de Jaén y Córdoba se vende en España. No obstante, en este contexto, cabe señalar que Baena y Priego de Córdoba presentan una mayor orientación hacia el exterior y a principios del período colocan fuera de las fronteras nacionales 1.240 y 750 toneladas, respectivamente, un 33,70% y un 35,71%, de todo lo vendido. Año tras año, tal y como evidencian los datos referidos al conjunto del sector (Moral Pajares, 2022), el segmento de calidad certificada por una DOP, tratando de diversificar su cartera de clientes y evitar la elevada competencia y sobreproducción que caracteriza al mercado nacional, va colocando una parte creciente de su oferta en otros países. En 2015, un 73,13% de las ventas del conjunto de esta agroindustria oleícola nacional atienden la demanda interna. Este porcentaje asciende hasta un 75,01% en 2020, un año de importantes restricciones a los flujos de comercio internacional debido a la situación derivada de la pandemia por el COVID.

En la última década son los clientes extranacionales y, particularmente, los que se localizan en países de fuera de la UE los que muestran una creciente preferencia por el AOVE con DOP. En 2020, 2.619,0 Tn. de AOVE de Baena se exportan a países de fuera de la UE, representando un 40,33% del total de su negocio, le sigue Priego de Córdoba con 273,38 Tn. (17,35%), Sierra de Cazorla con 125,00 Tn (3,50%), Segura de la Sierra con 104,32 Tn (11,15%) y Sierra Mágina con 19,08 Tn (0,80%). Entre 2010 y 2020, el volumen de exportación de la producción oleícola con DOP de España registra un incremento del 44,76%, porcentaje que se eleva hasta un 76,52% en el caso de Baena y que es de un 55,11%, un 30,52% y un 15,23% para Sierra de Segura, Sierra Mágina y Sierra de Cazorla, respectivamente. En contra de esta tendencia, Priego de Córdoba ve reducido el montante de sus ventas en el exterior.

En el gráfico 3 se representa la distribución del total comercializado a nivel nacional en 2020 por mercados de destino, tanto en toneladas como en valor (€). Asimismo, se estima el valor medio (€/Kg.) para cada grupo de países y a nivel nacional. Sorprende, en primer lugar, la desigual distribución de las variables consideradas, dado que el peso de las ventas en el exterior, tanto en la UE como en terceros países, supera al porcentaje imputable cuando la variable consideradas se estima en volumen expresado en toneladas. En segundo termino, resulta llamativo el mayor valor por kilogramo que resulta para las ventas en mercados extranacionales y, sobre todo, en los países de la UE. En conjunto, los datos evidencia que el demandante extranjero que adquiere este producto alimenticio lo conoce, valora y está dispuesto a pagar un sobre precio por el.

Gráfico 3.
Distribución por mercados de destino del AOVE con DOP y valor medio (€/kg) del AOVE con DOP de España en los distintos mercados de destino en 2020.



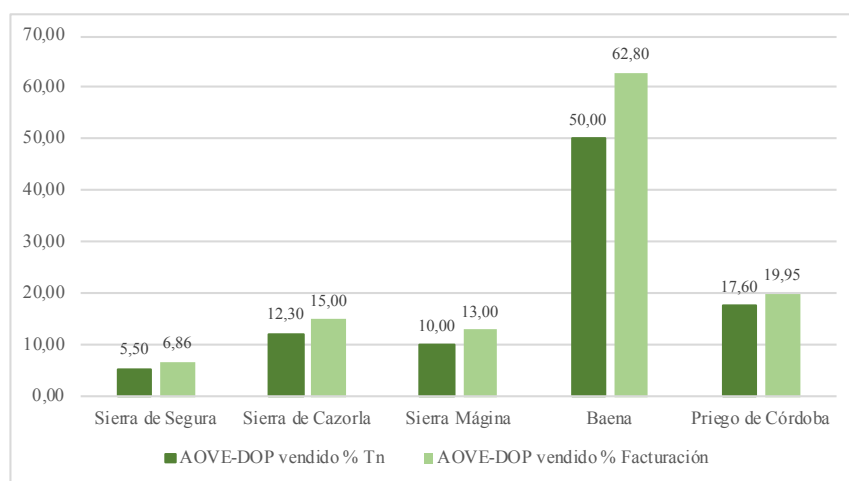
Fuente: MAPA.

En lo que sigue, el análisis se centra en la información directamente obtenida de las entrevistas realizadas a responsables del CR de una DOP y de almazaras oleícolas. El gráfico 4 recoge el peso de la producción de AOVE con DOP en las cinco empresas que participan en el estudio exploratorio, considerando tanto el total de toneladas producidas en la almazara como el valor de la facturación media en las campañas 2019/20, 2020/21 y 2021/22. De forma generalizadas, los datos advierten de un mayor peso para la variable referida al valor, lo que permite interpretar que el precio medio cobrado por el AOVE con DOP es superior al impu-

table al resto de la producción, lo que repercute favorablemente en la renta de los agricultores. No obstante, se constatan importantes diferencias en función del origen del producto, siendo la compañía de Baena la que registra una mayor brecha entre el peso de la producción en términos de volumen y el imputable en el total facturado, con más de doce puntos porcentuales de diferencia.

Gráfico 4.

Porcentaje de participación del AOVE con DOP vendido en el total de la producción de las almazaras oleícolas de la provincia de Jaén y Córdoba, en toneladas (Tn) y valor (€), media de las campañas 2019/20, 2020/21 y 2021/22 (en %).



Fuente: elaboración propia.

Preguntados los entrevistados sobre el sistema de retribución a los agricultores oleícolas, todos coinciden en que el productor que lleva a la almazara un fruto de calidad, que permite obtener AOVE con DOP, recibe un sobreprecio, con respecto al AOVE no certificado de entre 0,5 €/kg. y 0,6 €/kg. El ingreso cobrado en origen por el empresario agrícola depende de las características del fruto y no sólo de su rendimiento, que ha sido tradicionalmente el sistema habitual. El plus obtenido, en opinión de los entrevistados, compensa el esfuerzo realizado y los mayores costes asociados. En conjunto, las compañías consideran que la producción y venta del producto con DOP ha favorecido los resultados de la empresa, aunque no todo lo que se esperaba. Por último, conviene poner de manifiesto las dificultades, poco controlables por las empresas agrícolas, para aumentar la producción de AOVE con DOP. Las características y calidad

del fruto están muy determinadas por las condiciones climáticas vigentes en las etapas de floración de la planta, maduración del fruto y recolección. Una tormenta en el mes de septiembre con granizo, puede dañar seriamente la aceituna, condicionando seriamente las características organolépticas y sensoriales del fruto y, por tanto, incidiendo negativamente en que el AOVE que de ella se extraiga en el mes de octubre o noviembre no pueda ser calificado con DOP.

Para entender el origen de las DOP analizadas se les pregunta a los responsables de los Consejos Reguladores sobre quién las impulsa. Las respuestas van en dos sentidos. Para Baena, Priego de Córdoba y Cazorla son los agricultores y almazaras del sector los que inician el proyecto que, posteriormente, será apoyado por instituciones públicas como los ayuntamientos de la zona, la Diputación provincial o la Junta de Andalucía. La DOP Sierra de Segura y DOP Sierra Mágina, sin embargo, son impulsadas por instituciones suprarregionales, como el Ministerio de Agricultura, en el primer caso, o la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía, en el segundo.

En la tabla 5 se recoge el número de almazaras, almazaras-ensadoras-comercializadoras, ensadoras y/o comercializadoras inscritas en los distintos Consejos Reguladores. Los datos constatan una situación dispar entre la realidad que presenta la provincia de Jaén y Córdoba. En conjunto, en la provincia giennense el número de inscritos como ensadores y/o comercializadores es mayor que el que corresponde a las almazaras-comercializadoras, lo que favorece la dispersión de la oferta y afecta al precio del producto. Por el contrario, entre las cordobesas, son las propias almazaras las que presentan un mayor protagonismo en la comercialización.

Tabla 5.
Almazaras, ensadoras, comercializadoras.

DOP	Almazaras	Almazaras-ensadoras-comercializadoras	Ensamadoras-comercializadora	Total
Sierra de Segura	-	20	23	43
Sierra Mágina	2	24	21	47
Sierra de Cazorla	0	10	20	30
Baena	-	17	8	25
Priego de Córdoba	-	11	4	15

Fuente: elaboración propia.

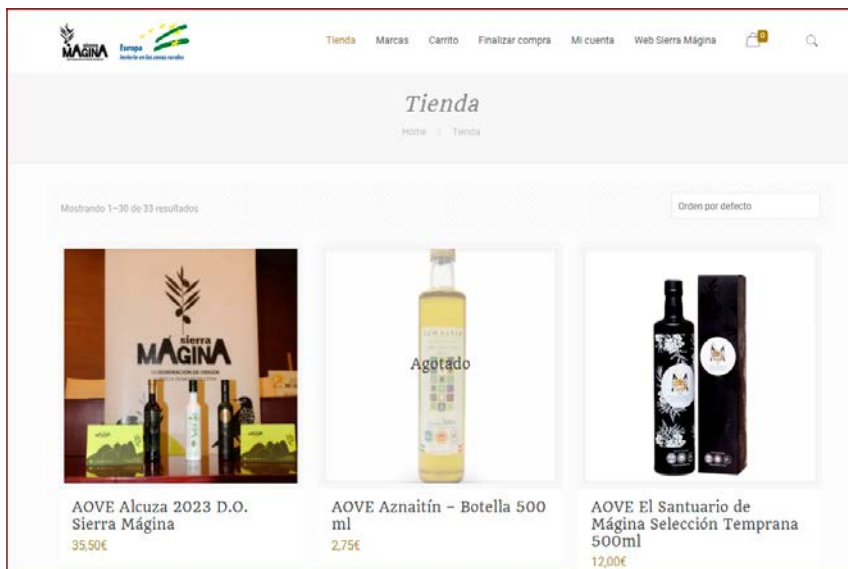
En todos los casos, los entrevistados, declaran que desde el C R se trabaja para que exista un clima de cooperación y colaboración entre las entidades inscritas. Estas instituciones son las que representan al sector en entidades supraprovinciales como la Conferencia Andaluza de Denominaciones de Origen, la Asociación Española de Denominaciones de Origen “Origen España”, que trabajan por defender y promover los productos agroalimentarios con calidad diferenciada, o la Interprofesional del aceite de oliva. Además, la financiación, a partir de las aportaciones de las entidades inscritas, permite el desarrollo de actuaciones gestión y, particularmente, de promoción, entre las que se incluye, por ejemplo, el desarrollo en la web del Consejo de una tienda *on line*, como ocurre en la DOP Sierra de Segura y en la DOP Sierra Mágina (ver figura 1), o el acceso directo a la web de entidades inscritas, que cuentan con tienda web, como es el caso del CR Sierra de Cazorla, CR de la DOP Baena y el CR de la DOP Priego de Córdoba.

Otras actuaciones de promoción emprendidas desde el CR son la participación en ferias y eventos organizados por entidades como la Diputación Provincial, la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía o el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Las actividades promovidas por entidades oficiales están dirigidas al mercado nacional y, en menor medida, a terceros países. En este último caso, el principal responsable es ICEX-España exportación e inversión. Entre los entrevistados, son los responsables del CR de la DOP Baena y el CR Priego de Córdoba los que declaran planificar y ejecutar anualmente actuaciones de promoción en el extranjero.

Figura 1.

Tienda *on line*, en la web del CR Sierra de Segura y el CR Sierra Mágina.





Fuente: elaboración propia.

En la tabla 6 se recogen los principales canales de distribución empleados por las almazaras oleícolas para la comercialización de su producto, tanto en el mercado nacional como en el extranjero, de acuerdo con las respuestas obtenidas de los encuestados, destacando varios hechos. En primer lugar, existe una mayor variedad en el caso de las empresas cordobesas, que incluyen a los hoteles y restaurantes como destino de sus operaciones. Por el contrario, las compañías giennenses no señalan en ningún caso este canal. En segundo lugar, conviene referir, que para la empresa de Cazorra y, en menor medida, para las entidades cordobesas, las ventas realizadas en tiendas propias o, en su caso, tiendas especializadas a las que acuden turistas que vienen a visitar la zona o localizadas en los principales centros turísticos de la provincia, resultan significativas. Frente a esta afirmación, para las compañías de Segura de la Sierra y Sierra Mágina este canal es poco o nada representativo. Por último, todas las entidades coinciden en la importancia creciente de las ventas *on line*, sobre todo a partir de principios de la década 2010 y las condiciones restrictivas impuestas durante la pandemia del COVID.

La presencia del producto con DOP en los mercados internacionales es, en el caso de las empresas giennenses, debido al contacto con agentes comerciales que, por cuenta propia, se encargan de colocar la mercancía en el exterior, siendo ellos los responsables ante los riesgos y costes implícitos en la operación de comercio exterior. Ante todo, destaca una acti-

Tabla 6.
Principales canales de distribución empleados por las
almazaras para la venta de AOVE con DOP.

	Mercado nacional	Mercado exterior
Sierra de Cazorla	tienda propia, tiendas tradicionales, supermercados, e-commerce	socios comerciales
Sierra de Segura	tienda propia y e-commerce	importadores
Sierra Mágina	tienda propia, tiendas tradicionales, tiendas gourmet y especializadas, supermercados, e-commerce	socios comerciales
Baena	supermercados, tiendas gourmet y especializadas, e-commerce, hoteles, restaurantes	exportación directa
Priego de Córdoba	tiendas propias, tiendas gourmet y especializadas, e-commerce, hoteles, restaurantes	exportación directa

Fuente: Eaboración propia.

tud reactiva, muy determinada por la sobrevaloración de las dificultades implícitas en la venta del producto fuera de las fronteras nacionales. Paralelamente, las empresas cordobesas si declaran contar con un proyecto para vender parte de su producción, aunque minoritaria, en el exterior. Cuatro de las cinco empresas entrevistadas declaran que han participado en ferias comerciales y otras actividades organizadas por la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA) con la intención de abrir nuevos mercados en el extranjero y, además, los responsables entrevistados están convencidos de que resulta necesario afianzar su negocio exterior,

4. CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

El análisis realizado ha permitido responder a cada una de las cuestiones planteadas en el apartado de introducción y, por tanto, es posible afirmar que Jaén, la primera provincia productora de AOVE de España, no presenta una clara especialización productiva en AOVE con calidad diferenciada por una DOP. Córdoba, sin embargo, viene apostando de forma continuada por la producción certificada y es responsable de un 35,69% de todo el AOVE protegido obtenido en el conjunto de la nación en 2020, frente a una cuota del 22,31% para Jaén. Particularmente, des-

taca la DOP Baena con un volumen de producción certificada cifrado en 22.599 Tn y unas ventas totales e 6.494 Tn. En la provincia de Jaén es la DOP Sierra Mágina la que presenta mayores resultados, con una producción de 6.675 Tn y 2.212 Tn de ventas totales en 2020.

En conjunto, son varias las diferencias que se evidencian en la estrategia productiva y comercial de la agroindustria oleícola con DOP de Jaén y Cordoba. En primer lugar, la dinámica de producción en el sector cordobés, marcada por la DOP Baena y Priego de Córdoba, es más intensa que la que presentan la provincia giennense. Entre 2010 y 2020 la oferta con DOP de Baena aumenta un 36,71% y un 76,51% sus volumen de ventas. En estos años, la DOP Priego de Cordoba ve incrementada su producción, aunque no el montante comercializado, que se reduce. En la provincia de Jaén, sólo la DOP Sierra de Segura registra incrementos significativos, superiores al 35%, en la producción y venta.

En tercer lugar, destaca la mayor orientación exterior de la oferta cordobesa, que en 2020 dirige al mercado internacional el 55,53% del total vendido en el caso de la DOP Baena y un 36,22 la DOP Priego de Córdoba. Frente a estos resultados el negocio exterior representa un 12,12 % en la DOP de Sierra de Segura, un 7,61% en la DOP Cazorla y un 1,99% Sierra Mágina. En general, la demanda procedente de los mercados internacionales viene creciendo de forma más intensa que la que tiene su origen en España y conviene reforzar la orientación internacional de la producción de AOVE con DOP, sobre todo en el caso de la provincia de Jaén.. Además, el consumidor extranjero paga un mayor precio por el producto certificado, lo que repercute muy favorablemente en el ingreso que obtiene el agricultor.

En cuarto lugar y de acuerdo con la opinión de los responsables de empresas entrevistados, el mercado retribuye la calidad del alimento con DOP. El precio que cobra el agricultor por kilogramo de AOVE con DOP es superior al valor medio obtenido por kilo de AOVE no certificado. El demandante de AOVE con calidad diferenciada está dispuesto a abonar un mayor cuantía por el producto certificado por una DOP, con vinculación al territorio en el que se obtiene. Por tanto, las empresas con producción certificada deben esforzarse por aumentar su orientación al mercado e ir consiguiendo que el porcentaje de oferta que finalmente vende envasado aumente. De lo contrario, el agricultor inscrito en una DOP puede desanimarse, pues el esfuerzo productivo que realiza y los mayores costes asociados, no siempre se corresponden con aumentos significativos en sus ingresos totales.

Los Consejos Reguladores, instituciones clave en una DOP, deben contribuir con sus actuaciones a afrontar los retos que el sector tiene, especialmente en el ámbito comercial. Desde la colaboración y la cooperación, se deben poner en marcha proyectos que propicien tanto un mayor conocimiento del producto por parte de los consumidores potenciales, locales, nacionales y extranjeros, como el desarrollo de acciones de promoción y venta, especialmente en los mercados internacionales.

A partir de los resultados derivados nos planteamos avanzar en la investigación para poder responder a cuestiones como las planteadas a continuación y que serán tratadas en futuros trabajos: ¿qué factores condicionan el desarrollo de esta agroindustria por el lado de la oferta?, ¿qué tipo de consumidor adquiere el AOVE con DOP?, ¿qué mercados internacionales son en los que se concentran las ventas de AOVE con DOP de las distintas DOPs de Córdoba y Jaén?, ¿cuál ha sido la dinámica exportadora de los distintos territorios que exportan AOVE con calidad diferenciada?, ¿qué factores influyen en ésta dinámica?, etc.

BIBLIOGRAFÍA

- Balassa, B., y Noland, M. (1989). "Revealed" Comparative Advantage in Japan and the United States. *Journal of International Economic Integration*, 8-22.
- Bowen, S. (2010). "Embedding local places in global spaces: Geographical indications as a territorial development strategy". *Rural Sociology*, 75 (2): 209-243.
- Bowen, S., y Zapata, A. V. (2009). "Geographical indications, terroir, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila. *Journal of rural studies*, 25 (1): 108-119.
- Bryła, P. (2015). "The role of appeals to tradition in origin food marketing. A survey among Polish consumers". *Appetite*, 91: 302-310.
- Cei, L., Defrancesco, E., y Stefani, G. (2018). "From geographical indications to rural development: A review of the economic effects of European Union policy". *Sustainability*, 10 (10): 3745.
- Cei, L., Stefani, G., Defrancesco, E., y Lombardi, G. V. (2018). "Geographical indications: A first assessment of the impact on rural development in Italian NUTS3 regions". *Land Use Policy*, 75: 620-630.
- Defrancesco, E., Orrego, J. E., y Gennari, A. (2012). "Would 'New World' wines benefit from protected geographical indications in international markets? The case of Argentinean Malbec". *Wine Economics and Policy*, 1 (1): 63-72.
- European Commission (2021). *Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialities guaranteed (TSGs)* European Commission, Bruselas.
- Fusté-Forné, F. (2020). "Developing cheese tourism: a local-based perspective from Valle de Roncal (Navarra, Spain)". *Journal of Ethnic Foods*, 7 (1): 1-9.
- Galati, A., Crescimanno, M., Abbruzzo, A., Chironi, S., & Tinervia, S. (2017). "The premium price for Italian red wines in new world wine consuming countries: the case of the Russian market". *Journal of Wine Research*, 28 (3): 181-193.
- Guadarrama Fuentes, O. V. (2022). Un enfoque holístico para evaluar la Sostenibilidad de las Indicaciones Geográficas: una aplicación a las DOP de aceite en Cataluña, Instituto Universitario de Investigación en Ciencia y Tecnologías de la Sostenibilidad de Barcelona. Barcelona

- Laursen, K. (2015). Revealed comparative advantage and the alternatives as measures of international specialization. *Eurasian business review*, 5(1), 99-115.
- Lubinga, M. H., Ngqangweni, S., Van der Walt, S., Potelwa, Y., Nyhodo, B., Phaleng, L., y Ntshangase, T. (2020). “Geographical indications in the wine industry: does it matter for South Africa?” *International Journal of Wine Business Research*, 33 (1): 47-59.
- Marcoz, E. M., Melewar, T. C., y Dennis, C. (2016). “The value of region of origin, producer and protected designation of origin label for visitors and locals: the case of fontina cheese in Italy”. *International Journal of Tourism Research*, 18 (3): 236-250.
- Martínez, A. (2018). *Denominaciones de origen e indicaciones geográficas en la Unión Europea. Cinco lustros de luces y sombras*. Marcial Pons, Madrid.
- Miller, C. D. (2018). “Local economies on their minds: Explaining European preferences for geographic origin food labels”. *International Social Science Review*, 94 (1): 1-22
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) (2014). *Caracterización del mercado de productos de calidad diferenciada protegidos por Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas*, Madrid, MAPA, Disponible en: https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/informecaracterizaciondops-igpsa-lim-octubre2014-def_tcm30-426486.pdf
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) (2018). *Caracterización del mercado de productos de calidad diferenciada protegidos por Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas*, Madrid, MAPA, Disponible en : https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/caracterizaciondop-igpcalidaddiferenciadacorr18mar19connipo_tcm30-508219.pdf
- Moral-Pajares, E. (2022). Comercio exterior de los aceites de oliva, en Parras-Rosa. M.: *Informe anual de coyuntura del sector oleícola*, Caja rural de Jaén, Jaén: 107-126.
- Neilson, J., Wright, J., y Aklimawati, L. (2018). “Geographical indications and value capture in the Indonesia coffee sector”. *Journal of Rural Studies*, 59: 35-48
- Torrecillas, C., y Martínez, C. (2022). Patterns of specialisation by country and sector in olive applications. *Technology in Society*, 102003.