

Propuestas de UPA para la defensa de las explotaciones familiares, el olivar tradicional y la consolidación de los mercados

La reforma de la OCM aprobada en 2003 y ratificada en abril de 2004 ha sido insatisfactoria para los intereses españoles por cuanto de las tres reivindicaciones que realizó UPA sólo se atendió una: la flexibilidad a la hora de decidir un Estado miembro cómo repartir la ayuda entre la parte acoplada y desacoplada; el incremento presupuestario suficiente para atender las diferentes realidades del olivar español y la flexibilidad para repartir la ayuda acoplada no fueron atendidos.

En tal sentido, y a partir de esta realidad, los objetivos fundamentales de UPA para el futuro deben ser garantizar un nivel de ayuda digno y suficiente; y asegurar un funcionamiento normalizado del mercado. Todo ello a partir de los siguientes criterios básicos:

- > El olivar es el verdadero y en muchos casos único motor de la actividad económica de las zonas olivareras; por tanto, se puede considerar que la política de apoyo al olivar no es únicamente una política de garantía de rentas para el olivicultor, sino que realmente es una política socioeconómica por las repercusiones que tiene sobre la población y el medio de las zonas de producción.
- > Atendiendo al territorio, hay que garantizar la viabilidad de aquellas explotaciones tradicionales. Además se ha de garantizar la supervivencia de las explotaciones que tienen unas condiciones productivas menos favorables y que son susceptibles de desaparecer por ser menos competitivas.
- > Una vez definido el marco general de apoyo al sector, hay que asegurar que la ayuda acoplada se distribuya moduladamente para favorecer más a aquellos olivares que son más vulnerables por costes.
- > Por otro lado, la insuficiente asignación presupuestaria conseguida en la reforma de la OCM debe ser suplida mediante el decidido apoyo a este sector en las diferentes comunidades autóno-



mas con medidas agroambientales. Se trata de asegurar la viabilidad de los olivares menos productivos y de mayores costes. Su implementación se justifica sobradamente por la importante labor medioambiental y social que realizan estos olivares.

- > Además, UPA debe seguir el camino iniciado de penetración en el sector, jugando un papel destacado en la vertebración del mismo: hay que apostar por la mejora de los canales de comercialización del aceite de oliva y la aceituna de mesa y porque el propio sector vaya copando cada vez más cuotas de mercado en la distribución de ambos productos.
- > Es importante que la organización sepa dar respuesta al reto que hoy tiene el olivar español, que no es otro que el de consolidar y copar los mercados mun-

diales. Se trata de trasladar a los mercados lo que somos en la producción mundial: los líderes indiscutibles. Para ello es imprescindible seguir trabajando en la calidad de nuestros aceites y aceitunas, implantar un sistema de trazabilidad de nuestros productos –cada vez más demandado por el consumidor– y realizar potentes e inteligentes campañas de promoción del aceite y la aceituna españoles. No podemos conformarnos con ser los líderes de exportación de graneles. Tenemos que ser capaces de incrementar el valor añadido de nuestros productos al exportar aceite de oliva español envasado.

- > La interprofesional, con la posibilidad de realizar extensión de norma, debe jugar un papel fundamental a la hora de definir métodos de producción y campañas de promoción. ■