



Centro de Investigación en
Alimentación y Desarrollo A.C.

LA INDUSTRIA DEL OLIVO: UNA OPORTUNIDAD DE DESARROLLO LOCAL EN CABORCA SONORA

Por:

Jesús Mario Moreno Dena

Tesis aprobada por

La Coordinación de Desarrollo Regional

Como Requisito Parcial para Obtener el Grado de

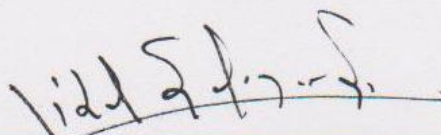
MAESTRÍA EN DESARROLLO REGIONAL

Hermosillo, Sonora

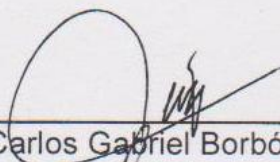
Diciembre, 2012

APROBACIÓN

Los miembros del comité designado para la revisión de la tesis de Jesús Mario Moreno Dena, la han encontrado satisfactoria y recomiendan que sea aceptada como requisito parcial para obtener el grado de Maestría en Desarrollo Regional




Dr. Vidal Salazar Solano
Director de Tesis

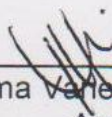


Dr. Carlos Gabriel Borbón Morales
Asesor

Dr. Luis Núñez Noriega
Asesor



Dr. Pablo Wong González
Asesor

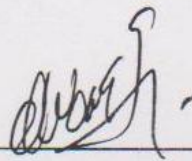


M.C. Emma Vanessa Casas Medina
Asesor

DECLARACIÓN INSTITUCIONAL

La información generada en esta tesis es propiedad intelectual del Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A.C. (CIAD). Se permiten y agradecen las citas breves del material contenido en esta tesis sin permiso especial del autor, siempre y cuando se dé crédito correspondiente. Para la reproducción parcial o total de la tesis con fines académicos, se deberá contar con la autorización escrita del Director General del CIAD.

La publicación en comunicaciones científicas o de divulgación popular de los datos contenidos en esta tesis, deberá dar los créditos al CIAD, previa autorización escrita del manuscrito en cuestión del director de tesis.



Dr. Pablo Wong González

Director General

AGRADECIMIENTOS

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por el apoyo brindado durante los más de dos años que cursé la maestría.

Al centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, por abrirme las puertas de la maestría y todo el soporte que me permitió culminar satisfactoriamente mi tesis.

A mi director de tesis y amigo, el Dr, Vidal Salazar Solano, por su orientación, su ayuda y sus buenos consejos que me permitieron sacar adelante este proyecto y siempre estuvo al pendiente de cualquier duda o problema que se me presentara.

A mi comité de tesis, M.C. Vanessa Casas Medina, Dr. Carlos Borbón Morales, Dr. Luis Núñez Noriega y Dr. Pablo Wong González, por sus oportunas sugerencias, las cuales contribuyeron a enriquecer mi trabajo de investigación.

Al Dr. Rogelio Juárez González, especialista en temas de olivo y en agricultura de la Región de Caborca, quien amablemente me ayudó a sacar adelante mi trabajo de campo y supo responder muchas de mis dudas e inquietudes sobre olivo y aceituna. Mil Gracias Doctor.

A los actores locales de la cadena productiva del olivo en Caborca (productores, procesadores de aceituna y aceite, gerente de empresa acopiadora, investigadores) que amablemente me brindaron un poco de su tiempo ayudándome a contextualizar la situación actual de la cadena, y sin los cuales, sería muy difícil llegar a este resultado.

A aquellos investigadores que se convirtieron en mis profesores y compartieron conmigo un poco del conocimiento y experiencia con que cuentan, contribuyendo a que aumenten mis ganas por seguir en este bonito camino de la investigación.

A mis compañeros de maestría, a esos que considero mis amigos y que a lo largo de estos dos años compartieron buenos y malos momentos conmigo,

especialmente a. Juan, Ricardo, Yuma, Pablito, Olaf, Marissa, Marta, Yulia, Pablote y Jenny. Fiesta y Rock & Roll mis estimados amigos.

A Melissa, quien durante un año me estuvo apoyando y soportando y me ayudó a que mi estancia en la maestría fuera más fácil.

A mis demás amigos y familiares que siempre estuvieron al pendiente de mí y de mi maestría, a aquellos que se tomaron la molestia de enviar un mensaje preguntando cómo me iba, a los que estuvieron en las buenas y sobre todo a los que me acompañaron en las malas.

Gracias a todos.

DEDICATORIA

A mi madre, el motor y la razón de mis logros

A mi abuelita, el mejor padre que pude tener

CONTENIDO

LISTA DE FIGURAS	x
LISTA DE CUADROS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL	8
1.1. Sobre el Desarrollo y su Reconceptualización.....	8
1.1.1. Dimensión Ambiental en el Enfoque del Desarrollo Sustentable	9
1.1.2. El Enfoque de Necesidades y el Desarrollo a Escala Humana	12
1.1.3. El Enfoque de Capacidades de Amartya Sen	13
1.1.4. El Desarrollo Humano	14
1.1.5. Desarrollo Territorial, Desarrollo Regional y Desarrollo Local.....	14
1.2. El Desarrollo Local.....	15
1.2.1. El Desarrollo Local, Potenciador de Capacidades.	22
1.3. El Enfoque de Cadenas Productivas	23
1.3.1. Elementos de una Cadena Productiva	24
CAPÍTULO II. LOS PRODUCTOS DEL OLIVO Y SUS MERCADOS.....	31
2.1. Propiedades Nutricionales de la Aceituna	31
2.2. La Aceituna de Mesa	33
2.2.1. Clasificación de Aceitunas por Tipo	33
2.2.2. Clasificación de Aceitunas de Acuerdo a su Preparación	34
2.2.3. Clasificación de Aceitunas Según su Forma de Presentación	36
2.3. El Aceite de Oliva	37
2.3.1. Usos y Propiedades del Aceite de Oliva	38
2.4. El Mercado Mundial de la Aceituna.	40
2.4.1. Producción y Consumo Mundial de Aceituna de Mesa	40
2.4.2. La Producción y el Consumo Mundial de Aceite de Oliva	41
2.5. El Mercado Mexicano de la Aceituna.....	44
2.5.1. Producción y Consumo de Aceituna de Mesa en México	44

CONTENIDO (Continuación)

2.5.2. El Mercado Mexicano de Aceite de Oliva.....	46
CAPÍTULO III. EL MUNICIPIO DE CABORCA, CARACTERIZACIÓN SOCIECONÓMICA E HISTORIA DEL OLIVO EN LA REGIÓN	51
3.1. Población y Estructura Socioproductiva.....	51
3.2. Sector Primario	53
3.2.1. Agricultura	53
3.2.2. Ganadería	54
3.2.3. Pesca	55
3.2.4. Minería e Industria	56
3.2.5. Comercio y Servicios	56
3.2.6. Principales Cadenas Agroalimentarias	56
CAPÍTULO IV. LA CADENA PRODUCTIVA DEL OLIVO EN CABORCA ..	58
4.1. Historia del Cultivo del Olivo en Caborca.....	58
4.2. Producción Primaria.....	59
4.2.1. La Planta del Olivo	61
4.2.2. Variedades Polinizadoras.....	62
4.2.3. Densidad de Plantación y Poda.	63
4.2.4. Uso de Agua y Sistemas de Riego.....	64
4.2.5. Plagas y Enfermedades	65
4.2.6. Recolección del Fruto y Generación de Empleo.	68
4.3. Transformación.....	69
4.4. Comercialización	71
4.5. Actores Locales de la Cadena Productiva	74
4.6. Análisis FODA de la Cadena Productiva del Olivo	80
4.6.1. Fortalezas	80
4.6.2. Debilidades	81
4.6.3. Oportunidades.....	81
4.6.4. Amenazas	82
4.7. Estrategias Generales de Acción Orientadas a la Conformación de Condiciones para la Proyección de Acciones de Transformación y Comercialización Sustentables.	82
4.7.1. Estrategias para Consolidar Fortalezas y Aprovechar Op.....	82
4.7.2. Estrategias para Revertir Debilidades Capitalizando Op.	83
4.7.3. Estrategias para Eliminar Amenazas Potenciando Fortalezas.....	83
4.7.4. Estrategias para Revertir Debilidades Neutralizando Amenazas	84

CONTENIDO (Continuación)

CAPÍTULO V. RECOMENDACIONES PARA LA FORMALIZACIÓN SUSTENTABLE DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL OLIVO, Y CONSTRUCCIÓN DE LA BASE MATERIAL DE UN PROCESO DE DESARROLLO LOCAL	87
5.1. Descripción General de las Unidades de Negocio Propuestas.....	91
5.1.1. Unidades de Producción Primaria.....	91
5.1.2. Unidad de Abasto de Insumos de Maquinaria y Equipo.....	92
5.1.3. Unidades de Procesamiento de Aceituna y Aceite de Oliva.....	93
5.1.4. Unidad de Servicios de Comercialización y Marketing.....	93
5.1.5. Entidad Dispersora de Crédito	94
5.1.6. Unidad de Servicios de Innovación y Transfer. de Tecnología	94
CONCLUSIONES	98
REFERENCIAS	102

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Modelo General de una Cadena Productiva	25
Figura 2. Análisis de Cadenas Productivas	29
Figura 3. Producción Mundial de Aceituna de Mesa 2010-2011.....	40
Figura 4. Producción y Consumo Mundial de Aceituna de Mesa 1991-2011	41
Figura 5. Producción Mundial de Aceite de Oliva 2010-2011	42
Figura 6. Producción y Consumo Mundial de Aceite de Oliva 1991-2011 ...	43
Figura 7. México: Consumo e Importaciones de Aceituna de Mesa	45
Figura 8. México: Prod., Consumo e Importaciones de Aceite de Oliva	47
Figura 9. México: Importaciones por tipo de Aceite de Oliva	48
Figura 10. DDR. 139 Caborca: Matriz de Posicionamiento Estratégico.....	57
Figura 11. Canales de Comercialización de Aceituna en Caborca, Son.....	74
Figura 12. Distribución del valor de una tonelada de aceituna de Caborca .	79
Figura 13. Unidades de Negocio de la Cadena Productiva de Olivo	96

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. México: Valor y Volumen de Producción de Aceituna, 2010	45
Cuadro 2. México: Importaciones De Aceituna	46
Cuadro 3. México: Importaciones de Aceite de Oliva Virgen	49
Cuadro 4. México: Importaciones de otros aceites de oliva	50
Cuadro 5. Caborca: Estructura Poblacional	52
Cuadro 6. Nivel de ingreso de la población ocupada	52
Cuadro 7. Caborca: Patrón de Cultivos, 2010	54
Cuadro 8. Caborca: Producción Pecuaria, 2010	55
Cuadro 9. Producción de Olivo en Caborca	60
Cuadro 10. Productores Locales que Procesan Aceituna	69
Cuadro 11. Olivo: Diferencial de Precios Pagados al Productor de Caborca Respecto al Precio de California EEUU, 1995-2010	72
Cuadro 12. Instancias con programas de fomento al sector agropecuario ..	77

RESUMEN

La producción del Olivo en México, tienen efecto en los estados de Sonora, Baja California, Tamaulipas, Jalisco e Hidalgo. La región de Caborca, Sonora lidera la producción nacional. Sin embargo, la mayoría de los actores productivos se desempeñan con exclusividad en el eslabón primario, el más débil de la cadena, en tanto que intermediarios y acopiadores externos a la Región controlan las fases de transformación y comercialización. Los productores de aceituna ceden 85% del fruto fresco al circuito de acopio, integrado a la industria de California EEUU, donde es transformado en productos de alto valor agregado para su comercialización. Este esfuerzo de investigación pretende contribuir en la evaluación de los principales factores que intervienen en la integración de una propuesta de Desarrollo Local para Caborca, Sonora a partir del impulso de la Cadena Productiva del Olivo. Los resultados contenidos en este documento son producto de una investigación de tipo no experimental y con un diseño transeccional; el trabajo incluyó la aplicación de entrevistas semiestructuradas a informantes de calidad, se implementaron talleres de planeación estratégica participativa y revisión de fuentes de información oficiales. Esta investigación se aborda desde la perspectiva del Desarrollo Local, enfoque que reconoce en los territorios un conjunto de recursos (físicos-naturales, socioculturales e institucionales) y de economías de escala no explotadas que constituye su potencial de desarrollo, lo que puede posibilitar un proceso de crecimiento y cambio estructural. Entre los principales resultados que arrojó este trabajo, se encontraron elementos que demuestran la existencia de una demanda en constante ascenso, tanto nacional e internacional, de los productos derivados del olivo. En el caso de México, la demanda se satisface en su mayoría con productos importados, ya que no existe un mercado de olivo mexicano que haga frente a las empresas extranjeras que encuentran en el país un buen lugar para colocar su producción. Por otra parte, se demuestra la existencia de factores endógenos relevantes para llevar a cabo una estrategia de Desarrollo Local a través de la cadena productiva del olivo.

Palabras Clave: Desarrollo Local, Cadena Productiva, Olivo, Caborca

ABSTRACT

Olive production in Mexico, have effect in the states of Sonora, Baja California, Tamaulipas, Jalisco and Hidalgo. The region of Caborca, Sonora leading domestic production. However, most productive players perform exclusively in the first link, the chain weaker, whereas dealers and collectors outside the region control the processing and marketing stages. Olive growers give 85% of fresh fruit to the collection circuit, comprising the California industry U.S., where it is transformed into high value-added products for marketing. This research effort aims to contribute to the evaluation of the main factors involved in the integration of a Local Development proposal to Caborca, Sonora, from the Olive Production Chain impulse. The results contained in this document are the result of a non-experimental research and transversal design, the work included the application of semi-structured interviews with quality informants, participatory and strategic planning workshops were implemented so as for review of official information sources. This research is approached from the perspective of local development, an approach that recognizes the territories in a set of resources (physical, natural, cultural and institutional) and economies of scale that is untapped potential for development, which can enable a process growth and structural change. Among the main findings of this study, we found elements that prove the existence of a steadily rising demand, both domestic and international, of olive products. In the case of Mexico, the demand is met mostly with imported products, since there is no olive Mexican market that can compete with the foreign companies located in the best places to place their production. Moreover, we demonstrate the existence of relevant endogenous factors to conduct a Local Development Strategy through the olive production chain.

Key words: Local Development, Productive Chain, Olive, Caborca

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se desarrolló en el contexto de la línea de investigación: “Reestructuración Productiva y Planeación Estratégica” de la coordinación de Desarrollo Regional del CIAD A.C. y está orientado a la construcción de condiciones que contribuyan a profundizar la formalización de la Industria del Olivo a partir de métodos científicos y tecnología eficiente, de tal suerte que posibiliten en el mediano plazo, que sean las actividades ligadas a la producción y comercialización de sus productos, las que refuercen de manera efectiva el desarrollo económico y bienestar de los pobladores de una amplia zona del desierto sonorense, que en el presente no cuenta con alternativas económicas consistentes para resolver sus carencias.

La producción del Olivo en México, tienen efecto en los estados de Sonora y Baja California, Tamaulipas, Jalisco e Hidalgo. Específicamente, es la región de Caborca, Sonora, quien lidera la producción nacional. Sin embargo, la mayoría de los actores productivos se desempeñan con exclusividad en el eslabón primario, el más débil de la cadena, en tanto que intermediarios y acopiadores externos a la región controlan las fases de transformación y comercialización.

Los productores de aceituna ceden el 85% del fruto fresco, al circuito de acopio, integrado a la industria de California EEUU, donde es transformado en productos de alto valor agregado para su comercialización en aquellos mercados. El 15% de la aceituna que no es comercializada, es procesada artesanalmente en aceite de olivo y conservas. Estos datos contrastan con la realidad internacional, ya que el 90% de la aceituna que se produce en el mundo, se destina a la fabricación de aceite de oliva.

Los productores de olivo en Caborca, identifican importantes áreas de oportunidad en los eslabones de la cadena productiva posteriores a la producción primaria, los más redituables en términos de agregación de valor. La potencialidad de los beneficios económicos que ofrecen esas actividades es manifiesta; los productos olivícolas locales, son demandados crecientemente año tras año, y gracias a ello sus actores sobreviven en la actividad, independientemente del bajo nivel de eficiencia e integración productiva que los caracteriza.

La debilidad de la cadena productiva y la carencia de una visión estratégica que permita a sus actores promover su desarrollo, explica, que no obstante el incremento de la demanda interna, la producción continúe destinándose al esquema tradicional de comercialización, conforme a los límites del bajo poder de negociación de sus productores.

Diversos actores productivos de la industria tradicional del Olivo, han reiterado solicitudes de apoyos gubernamentales para dar vida a un proyecto estratégico de integración económica, que les permita incorporarse a todas las funciones económicas de esta cadena productiva. Generalmente han coincidido en apoyarse en los servicios del Sector de Ciencia y Tecnología Regional, así como en los apoyos procedentes de instituciones como el Fideicomiso Instituido en Relación a la Agricultura (FIRA), Financiera Rural (F.R) y Sagarpa, entre otros, para impulsar un enfoque de agro negocios, que los conduzca a generar procesos de acumulación de capital, mediante nuevas estrategias de apropiación del valor.

Objetivos

Objetivo General

Atendiendo esas inquietudes, este esfuerzo de investigación pretende contribuir en la evaluación de los principales factores que intervienen en la integración de una propuesta de Desarrollo Local (DL) para Caborca, Sonora a partir del impulso de la cadena productiva del Olivo.

Objetivos Particulares

- ✓ Caracterizar la dinámica y situación actual de los mercados de productos olivícolas.
- ✓ Identificar las fortalezas y debilidades de la cadena productiva del olivo en Caborca, Son.
- ✓ Generar recomendaciones encaminadas a la creación de un proceso de una propuesta de Desarrollo Local Sustentable a través de la cadena productiva del olivo.

Hipótesis

La hipótesis central de este trabajo establece que la dinámica de la demanda nacional e internacional de productos olivícolas, combinada con la condición de factores endógenos constituyen los fundamentos para llevar a cabo una estrategia de Desarrollo Local a través de las actividades que conforman la cadena productiva del olivo en Caborca, Sonora.

Técnicas de investigación aplicadas

Los resultados contenidos en esta tesis son producto de una investigación de tipo no experimental y con un diseño transeccional, esto es, tomando en cuenta un solo momento en el tiempo. El alcance de dicha investigación es descriptivo, no obstante se ha desarrollado el esfuerzo de incorporar recomendaciones de política industrial.

Como unidad de estudio se tomaron los actores de la cadena productiva del olivo, en especial los productores primarios, procesadores y comercializadores informales.

Adicionalmente se pusieron en práctica otros instrumentos y técnicas para el levantamiento de información. Se desarrollaron las siguientes actividades:

- Recorridos y visitas de campo a plantaciones de olivo y en las etapas de labores culturales y de cosecha de aceitunas.
- Visitas de observación a talleres e instalaciones de procesamiento artesanal de aceite de oliva.
- Entrevistas a profundidad aplicadas a actores directos e indirectos de la cadena productiva del olivo en Sonora.
- Taller de planeación estratégica participativa realizado en las oficinas de CIPPRAMAR en la Ciudad de Caborca Sonora.
- Evento de capacitación en nuevas tecnologías y oportunidades de mercado, realizado en el campo *María Damaso*.
- Evento de capacitación sobre la importancia estratégica de impulsar una “Denominación de Origen” para la aceituna y el aceite de oliva de Caborca, Sonora.

El proceso de construcción colectiva del diagnóstico se efectuó con una presencia errática de los actores de la industria en términos cuantitativos, sin embargo la calidad de los conocimientos y compromiso de quienes han participado permanentemente es manifiesta en la profundidad de los juicios y análisis sobre la problemática de la industria. De cualquier forma, los vacíos de información que pudieran derivarse de esta situación están siendo subsanados mediante la aplicación de dos tipos acciones:

- a) Aplicación de entrevistas semiestructuradas a informantes de calidad.

Se realizaron un total de 10 entrevistas semiestructuradas que generaron información sobre la situación actual de la cadena en la Región.

Adicionalmente se establecieron 4 entrevistas semiestructuradas con académicos especialistas en temas de olivo.

A partir de los resultados de las entrevistas aplicadas a Informantes de calidad, de la industria del olivo, se confrontaron, los resultados de los talleres participativos desarrollados por el resto de los componentes del

Proyecto estratégico de integración económica de productores de oliva organizados en CIPPRAMAR, S.C. de R.L. de C.V.

b) Talleres de validación

Implementación de talleres de planeación estratégica participativa para validar los avances del diagnóstico. Los resultados de las actividades desarrolladas son las siguientes:

- Diagnósticos interno y externo los productores de olivo
- Diagnósticos de las cadenas productivas en las que participan, y en el caso específico, de la cadena del olivo.
- Identificación de los mercados para la aceituna y los productos oleicos, situación en la región, en el país y el mercado global.
- Observaciones sobre el comportamiento de la producción y consumo de los productos oleicos en el mercado global.
- Identificación y manifestación en reuniones participativas de los procesos internos que deben realizarse para fortalecer la organización.
- Identificación de las oportunidades de negocios que tienen en la cadena productiva del olivo.

Perspectiva Teórico Metodológica

Esta investigación se abordará desde la perspectiva del Desarrollo Local, enfoque que reconoce en los territorios un conjunto de recursos (físicos-naturales, socioculturales e institucionales) y de economías de escala no explotadas que constituye su potencial de desarrollo, lo que puede posibilitar un proceso de crecimiento y cambio estructural. Asimismo, postula que cuando la localidad es capaz de liderar este proceso de cambio, se genera un proceso de Desarrollo Local (Vázquez-Barquero, 2000).

En tal perspectiva, el Desarrollo Local representa un proceso dinamizador de la sociedad local, donde sus actores se vuelven protagonistas determinantes para la creación de los mecanismos necesarios que potencien sus recursos y sus saberes endógenos.

Lo anterior obliga a establecer una clasificación y análisis de los sujetos sociales involucrados en la economía del olivo y sus productos, ya que éstos, determinan relaciones y acciones al interior del tejido territorial, que propician o limitan el Desarrollo Local.

Por este motivo, es que se implementó el análisis de la cadena productiva (CP), entendida ésta como el conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, después en la transformación y en el traslado hasta el mercado de realización de un mismo producto primario (Duruflé, Fabre y Yung, 1993).

En ese ejercicio contribuyó a identificar los factores limitantes de la integración efectiva de diversas fases que caracterizan el proceso de creación de los productos olivícolas, especialmente en lo relativo a aspectos de sustentabilidad y competitividad.

Estructura del trabajo

La presentación de esta Tesis está organizada en siete apartados, el primero incluye la presente Introducción.

El capítulo 1, hace una descripción de los principales conceptos que constituyen la base metodológica de esta tesis. Primero se hace una revisión del concepto de desarrollo y su evolución, hasta abordar en el Desarrollo Local (DL) y la sustentabilidad. Posteriormente se incluye el tema de las cadenas productivas, así como el marco metodológico de esta investigación.

En un segundo capítulo se analiza el contexto global de la producción y consumo de aceituna y aceite de oliva, así como de las tendencias de la industria olivícola global. Se discuten los principales aspectos cualitativos alimentarios de estos productos y su relación con las características del mercado agroalimentario.

En el capítulo 3, se realiza una breve descripción de la Ciudad de Caborca, se presentan las principales características de la estructura productiva de la Región incluyendo los aspectos sociodemográficos, ocupación y niveles de ingreso.

En el cuarto capítulo se lleva a cabo un análisis estratégico de la cadena productiva del olivo en Caborca, y se detectan sus aspectos situacionales característicos y los principales problemas en las actividades relacionadas al olivo. De igual forma se elabora un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA). Y en el capítulo 5 se establecen las bases para la proposición de una estrategia de Desarrollo Local orientada a propiciar que los actores locales logren posesionarse en todos los eslabones de la Cadena Productiva del Olivo.

Por último se presenta un apartado de conclusiones en el que se destaca la oportunidad que posee esta industria de capitalizar en su beneficio los frutos del desarrollo tecnológico y estrategias de comercialización, En general, se concibe la viabilidad de desarrollar de manera sustentable la cadena productiva olivícola en la región de Caborca, apoyándose en sus ventajas locales agro ecológicas y geográficas, incluida la cercanía con el mercado de los Estados Unidos. Estos aspectos alentarían el desarrollo de una industria moderna y competitiva. Actualmente la globalización progresiva de los mercados y sus repercusiones en la organización de los distintos canales de distribución suponen un nuevo y determinante reto para los productores primarios de olivo, quienes deben propiciar su integración operativa en el resto de la cadena agroalimentaria.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

1.1. Sobre El Desarrollo y Su Reconceptualización

La comprensión más acertada sobre el enfoque de Desarrollo Local (DL), exige analizar cada término involucrado en su conceptualización. Reflexionar sobre el concepto de Desarrollo, implica un complicado análisis, sin embargo, el propósito de este apartado se limita a exponer brevemente algunos argumentos fundamentales para comprender el sentido que encierra esta concepción del desarrollo¹.

El término “Desarrollo” es considerado un tópico de la posguerra (Sunkel y Paz, 1970), utilizado como motivo o justificación de las políticas nacionales en múltiples países, y al que inicialmente se le asoció con la idea del crecimiento económico², ésto debido a la preeminencia de la ciencia económica en el análisis teórico y en la formulación de las propuestas de desarrollo, lo que orientó al concepto hacia un reduccionismo económico (Valcárcel, 2006). A su vez, ésto ocasionó que durante más de dos décadas, dichos conceptos se consideraran casi como sinónimos y que se utilizara el Producto Interno Bruto (PIB) y sobre todo el PIB Percápita como medida corriente del nivel de desarrollo (Boisier, 1999).

¹ Para profundizar en el análisis crítico de la evolución del concepto del desarrollo se sugiere revisar los trabajos de Helio Jaguaribe (1968), Horacio Flores (1976), Francois Perroux (1984), Sachs (1996), Julio Rodríguez (2000), J. Antonio Ocampo (2001), Enrique Provencio (2002), Sergio Boisier (1999).

² Según explica Perroux (1984:37) el crecimiento económico es "el incremento de la dimensión de una unidad, casi siempre la nación, expresado por el producto global bruto (conjunto de bienes y servicios obtenidos durante un periodo, incluyendo la amortización) en relación con el número de habitantes".

Sin embargo, en las últimas décadas, se ha despertado un nuevo interés sobre el análisis del desarrollo. El debate en curso, parece estar influenciado por las limitaciones y la incapacidad mostrada por la racionalidad económica para dar respuestas a las grandes asignaturas pendientes del desarrollo (Sinaceur, 1984). El concepto de desarrollo se ha encontrado sujeto a una revisión profunda, al igual que sus políticas correspondientes, lo que está originando un proceso constante de renovación y visiones.

Dentro de esta agenda de reconceptualización, los estudiosos se van apartando de la visión puramente económica, para establecer una clara subordinación del crecimiento económico a los objetivos del desarrollo. Es decir, el crecimiento económico no debe ser el fin último de las políticas territoriales, sino el medio que facilite el desarrollo de los seres humanos.

Este escenario, ha puesto de relieve la necesidad de superar enfoques analíticos reduccionistas, y enriquecer la discusión con visiones plurales y sistémicas. En ese sentido (Ocampo, 2001), se pretende dejar de lado la Soberbia Epistemológica con que el pensamiento económico convencional abordó el análisis sobre el desarrollo, para dar paso a una perspectiva analítica e integral, donde concurren otras disciplinas teóricas y otras dimensiones explicativas, que logren captar la complejidad de este proceso.

1.1.1. La Dimensión Ambiental en el Enfoque del Desarrollo Sustentable

Las aproximaciones ambientalistas al desarrollo surgen en un contexto en que en el mundo afloran problemas de agotamiento de los recursos naturales, acelerada deforestación y desertificación, contaminación de los recursos hídricos, polución en las ciudades, entre otros, resultado de modelos y estilos de desarrollo que consideran a los recursos naturales como inagotables y el lucro como fin supremo de los agentes económicos.

La Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Humano llevada a cabo en Estocolmo en 1972, llamada también Primera Cumbre de La Tierra, establece en su artículo 8 de la declaración final, que hay una ligazón

profunda entre desarrollo económico, social y medio ambiente. Asimismo, en dicha conferencia se acordó un Plan de Acción para el Medio Humano. Su cuarta recomendación dio inicio al Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y se acuña el término de Ecodesarrollo, a través del cual se buscaba lograr una armonía entre cinco criterios para hablar propiamente de desarrollo (Sachs, 1974):

1. Pertinencia social y equidad de las soluciones: la finalidad del desarrollo es ética y social;
2. Prudencia ecológica;
3. Eficacia económica: asegurar la eficacia a criterios macro sociales y no sólo de rentabilidad macroeconómica;
4. Dimensión cultural: perseguir soluciones aceptables; y,
5. Dimensión territorial: producir nuevos equilibrios espaciales.

En este sentido el concepto de Ecodesarrollo antecede el enfoque Desarrollo Sustentable. La Fundación sueca Dag Hammarskjold en su Informe: "Qué Hacer: Otro Desarrollo" (1975), destaca entre los principios que incluye la concepción denominada El Otro Desarrollo, los siguientes:

- 1) Es generado para la satisfacción de necesidades, comenzando con la erradicación de la pobreza;
- 2) Es endógeno y autónomo;
- 3) Está en armonía con el medio ambiente; y,
- 4) Está basado en transformaciones estructurales.

A inicios de los años ochenta del siglo XX, el deterioro del medio ambiente era ya insoslayable. El futuro de la tierra entra en la agenda de los organismos internacionales. Empieza a utilizarse el concepto de Desarrollo Sostenido. Así en el documento "Estrategia mundial para la conservación" (1980), publicado por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, el PNUMA y el World Wildlife Fund (WWF), se hace referencia a la necesidad de preservar los recursos vivos para un desarrollo sostenido, entendiéndose por éste al crecimiento económico que no vulnera los ecosistemas y que tiene un carácter permanente y de largo alcance. Aquí

entonces la variable medio ambiente aparece consubstancial al desarrollo. No puede haber desarrollo si no se preservan los recursos naturales. Este concepto de Desarrollo Sostenido, asimismo, precede al concepto Desarrollo Sustentable.

En 1987 la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo, luego de cuatro años de trabajo de evaluación del impacto del desarrollo sobre la naturaleza en el ámbito planetario, entregó al Secretario General de las Naciones Unidas, Javier Pérez de Cuellar, el informe Nuestro Futuro Común. Éste es conocido también como el informe de la Comisión Brundtland, con él se dio nacimiento a un concepto mayor y más complejo: el Desarrollo Sostenible o Sustentable. En este informe se define al Desarrollo Sustentable como: "Un desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras, para satisfacer sus propias necesidades". (Brundtland, 1987)

A diferencia de los ecologistas puros que parten de la naturaleza, el Informe Brundtland parte del hombre, de sus necesidades, de su inventiva, de sus instituciones, para desde ahí acercarse a la naturaleza y no al revés. Enfatiza las necesidades humanas, en especial las necesidades de los pobres a los que otorga atención preponderante.

Subraya los límites físicos que el medio ambiente y los recursos naturales ponen al crecimiento económico para satisfacer las necesidades de la generación presente y futura. Denota pues una preocupación explícita por las generaciones venideras, ausente en los anteriores enfoques y estrategias de desarrollo. En esta definición del desarrollo sostenible, pensar el planeta y sus recursos en función de las próximas generaciones es un elemento nuevo y medular.

El mencionado Informe, expresa inquietud frente al aumento de la población, advierte que no debe ir más allá de la capacidad de soporte de los ecosistemas. Esta preocupación se manifiesta en cuanto a la magnitud y velocidad de crecimiento de población en función a los cambios de la naturaleza y los cambios tecnológicos. No sugiere que la población deje de

crecer, sino que el crecimiento de la población esté en función al carácter de la economía, la sociedad y la naturaleza.

El Desarrollo Sustentable también conlleva una postura ética, valores y un planteamiento democrático: la igualdad de oportunidades en la actividad económica. Por último, critica duramente a la forma de desarrollo de los países industrializados del norte, por su exceso de consumo material mercantil y el consiguiente deterioro del medio ambiente. Así, bajo esta impugnación, los países desarrollados dejan de ser los faros ejemplares que iluminaban el camino a seguir por los países del Tercer Mundo a fin de abandonar la condición del subdesarrollo, como sugerían los partidarios de la modernización.

Al margen de sus limitaciones de orden práctico, el concepto de Desarrollo Sustentable ha adquirido una impresionante difusión y legitimidad universal.

1.1.2. El Enfoque de Necesidades y el Desarrollo a Escala Humana

A partir de la década de los años setenta del Siglo XX, a la par de las concepciones ambientales, empiezan a emerger otros enfoques sobre el desarrollo. El economista estadounidense Paul Streeten (1978), en su Enfoque de Necesidades Básicas, pone énfasis en el que el desarrollo, más allá de lo económico, debe referirse también a la satisfacción de necesidades de salud y educación, ya que éstas aportan una contribución de importancia para acrecentar la productividad laboral.

Derivado del enfoque de necesidades básicas, hacia la mitad de los 80, el economista chileno Manfred Max Neef y un equipo transdisciplinario, integrado por el sociólogo Antonio Elizalde y el filósofo Martín Hopenhayn, escriben: "Desarrollo a Escala Humana: una nueva opción para el futuro" (1986). En este trabajo los autores señalan que:

"El desarrollo a escala humana se concentra y sustenta en la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales, en la generación de niveles crecientes de autodependencia y en la articulación orgánica de los seres humanos con la naturaleza y la tecnología, de los procesos globales con los

comportamientos locales, de lo personal con lo social, de planificación con la autonomía y de la sociedad civil con el Estado" (1986, en Boisier, 1999:5).

Este argumento pone de manifiesto la complejidad que representa entender el proceso de desarrollo. Avanza en la subjetividad y en la multidimensionalidad que encierra este proceso, deja de lado su carácter reduccionista, mecanicista y lineal, para dar paso a uno más holístico, sistémico y recursivo (Boisier, 1999), el cual pone énfasis en las necesidades fundamentales humanas, sobre lo económico.

1.1.3. El Enfoque de Capacidades de Amartya Sen

También en los años ochenta de ese siglo, se introduce en el mundo académico occidental el pensamiento de Amartya Sen, economista y filósofo hindú creador del *enfoque de las capacidades*, cuyo planteamiento parte de la premisa siguiente: "...aunque los bienes y servicios son valiosos, no lo son por sí mismos. Su valor radica en lo que pueden hacer por la gente o más bien, lo que la gente puede hacer con ellos" (Sen, 1983:1116).

Para Sen, el desarrollo no se reduce al aumento de la oferta de mercancías sino, y centralmente, a acrecentar las capacidades de la gente. Lo primero resulta relevante únicamente de una forma instrumental y contingente derivada de la importancia real de lo último. Como parte medular del argumento de su enfoque, A. Sen indica que constituye una cuestión vital el dominio que la gente tiene sobre sus propias vidas para sustituir, parafraseando a Marx, el dominio de las circunstancias y el azar sobre los individuos por el dominio de los individuos sobre el azar y las circunstancias (Valcárcel, 2006).

En este sentido el referente del desarrollo no es el crecimiento económico, sino los seres humanos. Lo que pretende este enfoque de las capacidades es sostener una concepción del desarrollo que gire en torno a la razón y las libertades humanas (Sen, 1996).

En suma el desarrollo es visto como un proceso de expansión de capacidades humanas, individuales y colectivas para efectuar actividades

elegidas y valoradas libremente: a la vez que la oferta y demanda de bienes y servicios es un aspecto complementario y de ningún modo la meta principal. La importancia del enfoque de capacidades radica en subrayar lo que la gente pueda Hacer y Ser y no en lo que ella puede Tener.

1.1.4. El Desarrollo Humano

Al iniciar la década de los 90, la Organización de las Naciones Unidas presenta una propuesta relativamente renovada del desarrollo, a la que titula "Desarrollo Humano", e irá ampliándola y mejorándola en los años siguientes. El Primer Informe del Desarrollo Humano señala que:

"El Desarrollo Humano es un proceso mediante el cual se amplían las oportunidades de los individuos, de las cuales, las más importantes son una vida prolongada y saludable, el acceso a la educación y el disfrute de un nivel de vida decente. Otras oportunidades incluyen la libertad política, la garantía de los derechos humanos y el respeto a sí mismo..." (1990:33).

El Desarrollo Humano (DH) propone el mejoramiento de la calidad de vida de las personas; valora la vida humana en sí misma. Este enfoque postula que el tema del desarrollo debe ser abordado de una manera integral y universal. El fin del desarrollo es el bienestar de los seres humanos, el crecimiento económico es sólo un medio para alcanzarlo.

1.1.5. Desarrollo Territorial, Desarrollo Regional Y Desarrollo Local.

Del enfoque del DH se desprende una visión territorial, la cual se refiere a una escala geográfica donde se llevan a cabo procesos de desarrollo (Boisier, 1999). En dicha escala es posible reconocer las siguientes categorías: mundo, continente, país, región, estado, provincia, municipio, comuna, corregimientos, u otras categorías menores.

Chambers (1989) plantea una nueva integración del desarrollo a través de la aproximación territorial, al señalar que desarrollo es visto como ligado intrínsecamente a la capacidad de consolidar los lazos sociales al interior de colectividades que tienen una base territorial definida.

De tal forma que se le da al territorio el reconocimiento como el espacio donde se llevan a cabo los procesos de transformación productiva e institucional, con el fin de satisfacer las necesidades humanas (Shejtman y Berdegú, 2003).

Derivado del concepto de Desarrollo Territorial (DT), surge otro muy parecido: Desarrollo Regional (DR), el cual:

“Consiste en un proceso de cambio estructural localizado (en un ámbito territorial denominado “región”) que se asocia a un permanente proceso de progreso de la propia región, de la comunidad o sociedad que habita en ella y de cada individuo miembro de tal comunidad y habitante de tal territorio” (Boisier, 1999:7)

De esta manera, el *DR* hace referencia a procesos de cambio estructural en un ámbito delimitado llamado región y en el cual se busca el progreso de la misma. Posteriormente, una vez que se reconoce la importancia de las regiones para el desarrollo, se empiezan a generar una corriente que coincide en que no basta el analizar los procesos de desarrollo por regiones, sino que es importante que los propios actores locales sean quienes lleven a cabo y lideren dichos procesos. (Vázquez-Barquero, 1993; Boisier, 1993; Arocena, 1997).

De esta forma surge el *Desarrollo Local*, el cual, es un proceso mediante el que ciertas instituciones y/o personas locales se movilizan en una localidad determinada para crear, reforzar o estabilizar actividades, usando de la mejor manera los recursos del territorio (Grefe, 1989, en OCDE, 2001).

1.2. El Desarrollo Local

A partir del último cuarto del Siglo XX han surgido diversas concepciones sobre el *Desarrollo*, resaltando principalmente dos. Por una parte una corriente que pugna por la sostenibilidad ambiental y que es la precursora de lo que hoy llamamos *Desarrollo Sustentable*. Por otro lado, las teorías acerca del *Desarrollo Humano*, del cual se desprenden los enfoques de *Desarrollo Territorial, Regional y Local*. Con base a estas concepciones

previas, es posible converger en un nuevo concepto de DL que incluya la parte sustentable.

Como antecedente para unir la parte territorial con el enfoque sustentable, se puede recurrir a Wong (2000), quien define al Desarrollo Regional Sustentable (DRS) como “un proceso que busca lograr un equilibrio entre el aprovechamiento de los recursos naturales, el crecimiento económico y equidad social, tomando como base de acción a espacios subnacionales, es decir, el nivel regional”

Guiado por esta visión, es posible hablar de Desarrollo Local o Desarrollo Local Sustentable como un proceso en el que los actores locales se movilizan en un espacio subnacional o local para crear, reforzar o estabilizar actividades usando de mejor manera los recursos del territorio, tanto humanos como físicos y buscando lograr un equilibrio entre el aprovechamiento de recursos naturales, crecimiento económico y equidad social, de tal forma que se pugne por la sostenibilidad.

Este enfoque de potenciar los recursos de la localidad es compartida por De Franco (2001), quien agrega que la importancia de un proceso de Desarrollo Local Sustentable radica en las acciones de participación y asociación de sus actores:

“El Desarrollo Local Sustentable propone acciones de gestión y asociación local, la construcción de una nueva institucionalidad participativa, así como la realización de diagnósticos y planificación participativos a manera de definir una agenda local de prioridades del desarrollo y buscando un equilibrio entre lo ambiental, lo económico y lo social.” (De Franco, 2001).

El enfoque de DL enfatiza la construcción de nuevas prácticas políticas basadas en instancias participativas y modelos de gestión de política pública gubernamentales y no gubernamentales implementadas en el seno de la localidad. De esta forma se observa que este enfoque pone énfasis en las capacidades de los factores locales (físicos y humanos), lo que nos habla de un proceso de endogeneidad o como menciona Boisier (1994): “de adentro hacia afuera”.

Y hablar de la endogeneidad del DL, es hacer referencia a la capacidad para transformar el sistema socioeconómico; la destreza para reaccionar a los desafíos externos; la promoción de aprendizaje social y la habilidad para introducir formas específicas de regulación social a nivel local que favorecen desarrollo (Garafoli, 1995).

Todas estas son virtudes que deben fomentarse y explotarse desde lo local con miras a no depender del exterior, tal como lo plantea Vázquez-Barquero (1997) quien menciona que lo endógeno del Desarrollo Local obedece a la formación de un proceso emprendedor e innovador en el que el territorio no es un receptor pasivo de las estrategias de las grandes empresas y de las organizaciones externas, sino que tiene una estrategia propia que le permite incidir en la dinámica económica local.

En ese tenor, Vázquez-Barquero (1988, en Albuquerque, 2004) identifica cinco dimensiones territoriales de carácter endógeno, que sustentan y potencian el DL dentro de un ámbito territorial específico, estas son:

a) Dimensión endógena de carácter económico.

Nadie puede pensar en promover un patrón de Desarrollo Local, dentro de un territorio, sin tener el primer eslabón de este proceso. Es decir, una actividad económica que marque el rumbo a donde se quiere llevar a un territorio. Sin ésto, no se tiene claro hacia dónde se motorizará el crecimiento económico de la localidad.

En ese sentido, la idea es fomentar una actividad económica rentable, vinculada al perfil productivo del territorio y, sobre todo, estrechamente ligado con la identidad local, (a su cultura y tradiciones) que motive la generación de empresas y propicie a mediano y largo plazos, la creación, apropiación y acumulación del capital local, que dinamice y fortalezca su economía, con la finalidad de aportar la base de sostenibilidad que requiere el proceso de cambio de estructural dentro de la localidad.

En un territorio pueden existir buenas propuestas que no han funcionado, no porque no sean ideas interesantes, sino porque no se corresponden con la

identidad local y con su perfil productivo. Un perfil no sólo está definido por lo que hay en ese territorio, por lo que se podría hacer en él, sino además, por la viabilidad económica de lo que se propone y, fundamentalmente, por los que viven ahí y sus expectativas.

Por eso, los programas de desarrollo local no se pueden construir desde afuera. No puede venir alguien del exterior y decir lo que se pueda hacer en ese territorio. En ese sentido, la clave está en los actores locales, en los que viven en el lugar. Ya que son éstos, los que pueden empujar o no, un proceso de desarrollo y cambio.

b) Dimensión endógena de formación de recursos humanos

En la que los actores educativos y de capacitación conciertan con los emprendedores locales la adecuación de la oferta de conocimientos a los requerimientos de innovación de los sistemas productivos locales.

Es importante la creación de sinergias entre los actores locales, y posteriormente, un convencimiento de la necesidad de capacitarse y ser innovadores, y al hablar de innovación no sólo se hace referencia a la del tipo tecnológico, sino a la de recursos humanos. Es necesario contar con líderes emprendedores y con una visión empresarial, la cual, en caso de no existir, es necesario formar.

Para Albuquerque (2004), la existencia de capacidad empresarial innovadora a nivel local es, quizás, el elemento más decisivo para liderar el proceso de desarrollo y movilizar los recursos disponibles. La carencia de este componente fundamental para el desarrollo obliga a su “construcción social”. De ahí la necesidad de estimular las actitudes creativas e innovadoras desde la base misma del sistema escolar en relación con los aspectos específicos del territorio y medio ambiente concretos.

c) Dimensión endógena de carácter socio-cultural e institucional.

La endogeneidad en el plano socio-cultural e institucional, hace referencia a la matriz de identidad socio-territorial, generada por los actores locales

(habitantes, empresas, instituciones) en función de su lógica histórico-cultural y constituye un elemento clave para potenciar o limitar los proyectos de DL. La importancia de analizar a los actores que interactúan en territorio es vital, ya que entre éstos, se presenta un conjunto de valores, prácticas, pautas de comportamiento, hábitos, costumbres, convenciones, etc., que codifican modelos de conductas insustituibles, y que representa, el *capital intangible* que puede potenciar o limitar los procesos de Desarrollo Local.

Estos factores intangibles o capital personal cuando se despliegan entre los actores locales, crean ese sistema de vínculos y relaciones (sociales, políticas, económicas, comerciales, administrativas), que generan el capital social, cuya densidad y calidad, hace que se genere o no la sinergia necesaria que sustente la cohesión social, factor esencial para la puesta en marcha de cualquier proyecto de desarrollo.

Albuquerque (2001), advierte que si no existe un ejercicio de reconocimiento y construcción social, no es posible pensar en la transformación y desarrollo de una localidad. Así pues, el desarrollo estará determinado por la forma en que los actores locales se apropien de su territorio y se identifiquen con él, de la lógica organizativa que prevalezca o logren establecer dentro del territorio y del tipo e intensidad de relaciones que en ella impere, para crear el entorno propicio que impulse el proyecto de DL.

d) Dimensión endógena de carácter político-administrativa.

El eje de endogeneidad político-administrativa, básicamente se refiere a la capacidad de los actores locales, para inducir la gestión, la intervención y la instrumentalización de la propuesta de Desarrollo Local, que le otorgue al proceso un sentido y una dirección a seguir. Para ello, es necesario construir la institucionalidad adecuada que concrete, el ejercicio estratégico entre los actores, y establezca el entorno propicio para el avance del proyecto local de desarrollo.

Las políticas territoriales permitirán crear el contexto favorable para proteger de procesos de interferencia externa que imposibiliten el Desarrollo Local. Sin embargo, es importante señalar que, para ésto, no solo basta con la participación de los actores internos, sino también se hace necesario que intervengan actores externos que harán que las iniciativas locales tomen cauce para la formulación y ejecución de las líneas de actuación.

e) Dimensión endógena de carácter ambiental.

Incluye la atención a las características del medio natural local, a fin de lograr un desarrollo ambientalmente sustentable. De esta manera no se trazan como objetivos a seguir únicamente aquellos que son de carácter social o económico, sino que se reconoce la importancia de tener especial cuidado del medio ambiente y su sostenibilidad. Es importante que exista el reconocimiento en el ámbito local de que los recursos naturales son finitos y es necesario llevar a cabo ciertos procesos o tomar medidas precautorias para su conservación.

De tal suerte que la existencia de estas dimensiones, se convierte en un requisito indispensable para la realización de un proceso de DL. El contar con actividades económicas con potencial económico, con actores locales emprendedores y dispuestos a mejorar cada día, con un ambiente institucional que los proteja y oriente y con un reconocimiento sobre la situación del medio ambiente y los recursos naturales que los rodean, seguramente redituará en buenos resultados.

Por otra parte, Boisier (1997) menciona la existencia de 4 planos fundamentales, los cuáles se cruzan entre sí, y que resultan indispensables para hablar de un proceso de endogeneidad del Desarrollo Local.

Primero, la endogeneidad se refiere a un Plano Político, en el cual se identifica una creciente capacidad regional para tomar las decisiones relevantes en relación a diferentes opciones de desarrollo, diferentes estilos de desarrollo, y en relación al uso de los instrumentos correspondientes, o

sea, la capacidad de diseñar y ejecutar políticas de desarrollo, y sobre todo, la capacidad de negociar.

Sin duda alguna es necesario contar con las capacidades adecuadas en este plano, para que de esta forma se ahorre tiempo y se evite el tomar malas decisiones. En segundo lugar, la endogeneidad se manifiesta en el Plano Económico, y se refiere en este caso a la apropiación y reinversión regional de parte del excedente a fin de diversificar la economía regional, dándole al mismo tiempo una base permanente de sustentación en el largo plazo.

Es necesario que se cuente con una base económica sólida y de preferencia diversificada, con actividades con fuerte potencial socioeconómico y también con un sentido de pertenencia o de identidad entre la población. En tercer lugar, la endogeneidad es también interpretada en el Plano Científico y Tecnológico, es decir, la vemos como la capacidad interna de un sistema (en este caso de un territorio organizado) para generar sus propios impulsos tecnológicos de cambio, capaces de provocar modificaciones cualitativas en el sistema.

La ciencia y la tecnología ocupan cada vez más un lugar importante en el desarrollo, y el potenciarlas desde lo local permite que se generen nuevas capacidades que lleven a los actores locales a competir con el exterior, además de que en la medida en que se cuente con tecnología más eficiente, será posible aprovechar cada vez más los recursos físicos locales.

En cuarto lugar, la endogeneidad se plantea en el Plano de la Cultura, como una suerte de matriz generadora de la identidad socio-territorial. Como ya se comentó, los procesos endógenos de Desarrollo Local ayudan al reconocimiento de actividades locales y a la promoción del sentido de pertenencia de las mismas. Se crea en las localidades una identidad que las caracteriza y diferencia de otras.

Es posible hablar de un quinto plano: el Ambiental. Como bien lo Menciona Barreiro (2000), desde lo local es más fácil reconocer los procesos

ambientales, de tal forma que se tiene un mayor conocimiento de la problemática ambiental que puede existir. Leff (2003) comenta que después de todo, el medio ambiente es el lugar dónde se llevan a cabo los procesos de interacción entre los humanos y la naturaleza y que no importa desde qué enfoque se aborde, el medio ambiente es aquello natural que debe ser cuidado por el hombre para lograr su conservación.

1.2.1. El Desarrollo Local, Potenciador de Capacidades.

En un buen proceso de DL hay un punto indispensable: La Asociación Y Participación entre actores. Sin duda alguna este es el primer paso para generar un plan de desarrollo exitoso. Los casos y las experiencias exitosas de desarrollo local han visto en la asociación y participación su punta de lanza (OCDE, 2001).

Sobre la Participación, Mota y Sandoval (2006) la relacionan como indispensable dentro del capital social, el cual es concebido como el conjunto de normas de confianza, valores, actitudes y redes entre personas e instituciones en una sociedad que definen el grado de asociatividad entre los diferentes actores sociales y facilitan las acciones colectivas.

De tal forma que el capital social existe en el plano colectivo y en el individual, y los beneficios de igual forma se dan en ambos planos. Además hay que mencionar que es útil para el diseño de políticas sociales. La reciprocidad, cooperación y confianza son elementos que dan contenido al capital social, y forman un importante recurso sociocultural en cualquier grupo humano; aunque no siempre puede producir efectos benéficos, ya que el capital social existe también en un conjunto de acciones individuales o colectivas que no necesariamente se orientan al bien común. A esto agregamos el hecho de que tal recurso se transforma en capital sólo cuando existen oportunidades que permiten la producción de beneficios (*ibid*, 2006).

Siguiendo con el concepto del capital social, Barreiro Cavestany (2000) hace referencia al Partnership o Cooperación Local; el cual es un nuevo enfoque

de DL bajo el cual la cooperación pasa a ser más importante que la competencia. Lo interesante es la manera en la que se reconoce que los actores locales no son personas “llenas de bondad” que son solidarias, y afirma que no existen razones para cooperar, sino todo lo contrario.

Una vez que se tiene base sólida de participación y asociación entre los actores locales, es necesario dar el siguiente paso: La Planeación Estratégica. Para que las actividades de la asociación del DL sean efectivas, deben estar guiadas por planes estratégicos de acción. Mientras que por lo general se requiere cierta evidencia de planeación estratégica como precondition para la participación en programas de financiamiento público, la experiencia real es con frecuencia decepcionante (OCDE, 2001).

Un tercer componente fundamental se refiere a La Motivación Y El Desarrollo De Capacidades. Debe de haber motivación social cuidadosamente diseñada y programas de facilitación y capacitación, los cuales permitan elevar los recursos humanos y físicos con los que se cuenta en un espacio local (*ibid*, 2001).

1.3. El Enfoque de Cadenas Productivas

Cadena productiva (CP), siguiendo a Duruflé, Fabre y Yung (1993) se puede entender como el conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, después en la transformación y en el traslado hasta el mercado de realización de un mismo producto primario.

Es una herramienta técnica participativa, para el diagnóstico de un rubro y la identificación de soluciones a los problemas que enfrenta el mismo. Cadenas productivas, cadenas de valor y agrupamientos industriales, o grupos estratégicos, o cadenas agroalimentarias, entre otros, son conceptos similares, diferenciados por el propósito al que sirven y formulados en función a este propósito (Villacorta, Quiroga y Zubieta, 2003).

Uno de los propósitos de la cadena productiva es contribuir al desarrollo económico rural, vale decir, fomentar a los agentes económicos privados,

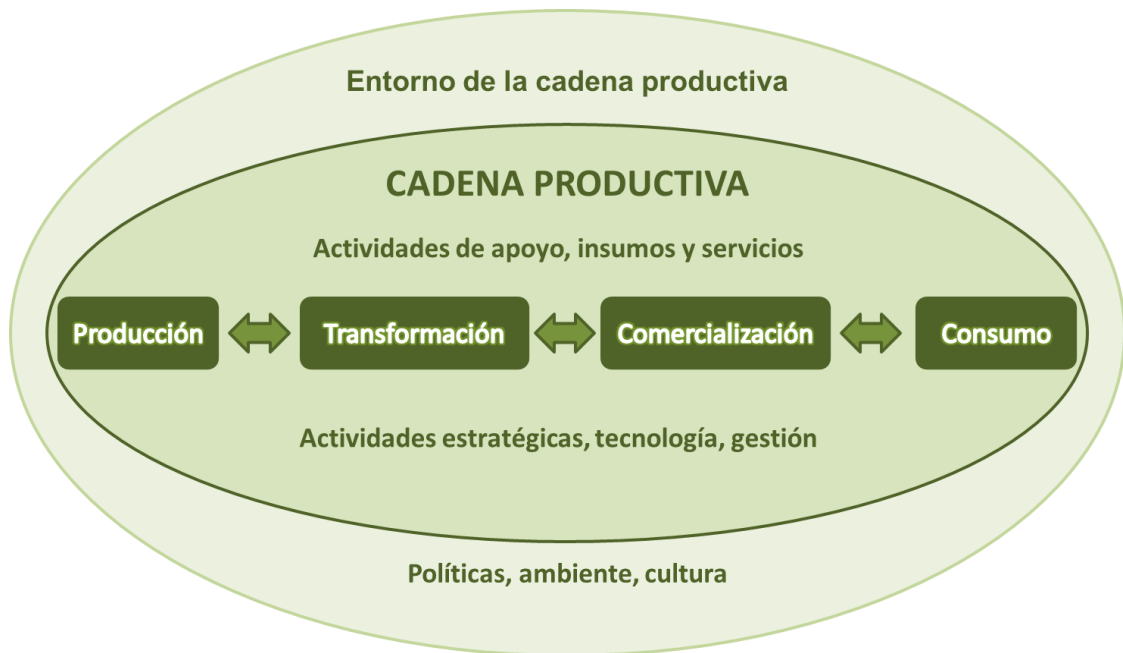
para que generen o consoliden empleos e ingresos en áreas rurales. Una cadena productiva guiada por una estrategia de Desarrollo Local puede llevar a que los actores que en ella participen vean mejoradas sus condiciones socioeconómicas y participen en los mercados con una visión estratégica de conjunto (Crapivinsky, 2000).

1.3.1. Elementos de una Cadena Productiva

La cadena productiva está constituida por tres elementos básicos (Villacorta, Quiroga y Zubieta, 2003):

- I. Las actividades primarias, que son aquellas que tienen que ver con el desarrollo del producto, su producción, transformación, logística, comercialización y los servicios de postventa.
- II. Las actividades estratégicas y de apoyo a las actividades primarias, como son: la administración de los recursos humanos, la de compras de bienes y servicios, la de desarrollo tecnológico (telecomunicaciones, automatización, desarrollo de procesos e ingeniería, investigación, etc.), la de infraestructura empresarial (finanzas, contabilidad, gerencia de calidad, relaciones públicas, asesoría legal, gerencia general, etc.).
- III. El entorno que envuelve a la cadena productiva, que tiene que ver con cuestiones políticas, con el medio ambiente donde se desarrollan las actividades y los factores socioculturales que puedan incidir en sus actores.

Figura 1. Modelo General de una Cadena Productiva



Fuente: Elaboración propia con base en van der Heyden, 2004

Dependiendo de si una cadena cuenta o no con todos sus elementos, es posible hablar de los siguientes tipos de cadenas productivas (*ibid*, 2003):

- Cadena completa: Es una cadena productiva, compuesta por todos los elementos (proveedores de insumos, sistemas productivos, agroindustria, comercialización mayorista y minorista y consumidores finales).
- Cadena incompleta: Es una cadena productiva en la que falta uno o más de estos componentes.
- Cadena integrada: Es una cadena productiva cuyo producto se constituye en insumo para otra cadena (por ejemplo: cadena integrada de maíz y pollo).

En los diferentes elementos de una cadena productiva es posible identificar uno o varios componentes o actores que intervienen en las actividades que se realizan, éstos son:

- Proveedor: Persona encargada de abastecer.
- Productor: Que produce. Cada una de las personas que intervienen en la producción de alguna cosa.

- Mayorista: Comerciante al por mayor.
- Minorista: Comerciante al por menor.
- Transformador: Que transforma o modifica.
- Consumidor final: Individuos u organizaciones, con necesidades comunes e interés en determinado producto, para su uso o consumo. Es la fuente primaria de demandas para el mercado de tecnología.

Una cadena productiva puede ser competitiva o no. Es competitiva cuando sus actores han desarrollado capacidades y condiciones para mantenerse y aumentar su participación en el mercado de manera sostenible. La Competitividad de una cadena tiene que ver con las habilidades, actitudes, talentos, competencias, visión empresarial de sus actores.

Para van der Heyden (2006), una cadena productiva es competitiva cuando sus diferentes actores:

- Han desarrollado relaciones eficientes y equitativas entre ellos, se han organizado, coordinan y comparten información.
- Tienen intereses diferentes pero comparten una visión común del desarrollo de la cadena, tienen un “norte común”.
- Producen en función de una demanda de mercado.
- Se diferencian por elaborar productos de calidad e innovadores.
- Son eficientes en costos.

En una cadena equitativa, los diferentes actores generan y mantienen relaciones justas, acceden y controlan recursos, aprovechan oportunidades, tienen poder de decisión y negociación y reciben beneficios acorde con su inversión, el trabajo realizado y el riesgo asumido.

En una cadena productiva con equidad (Lima y Castro, 2001):

- Todos los actores deberían percibir una ganancia producto de su actividad económica, de tal manera que se facilite y garantice su permanencia como actores.

- Cada actor debería tener la posibilidad de optar por la alternativa de articulación que satisfaga mejor sus intereses, respetando los compromisos comerciales previamente establecidos.
- Las prácticas de uso, manejo y control de los recursos que desarrollan las generaciones actuales deberían garantizar que las futuras generaciones accedan a estos mismos recursos, los manejen y dispongan de ellos en condiciones cada vez mejores.

Para mejorar la competitividad de una cadena productiva, es necesario implementar dos tipos de ejercicios complementarios (van der Heyden y Camacho, 2004):

- 1) Un análisis de la cadena productiva y,
- 2) El diseño de estrategias de acción.

El análisis de una cadena productiva es un ejercicio que busca conocer y entender el estado y funcionamiento de la cadena productiva. Permite identificar los puntos críticos que frenan la competitividad de la cadena y las ventajas competitivas que ayudan al desarrollo de esta. Este ejercicio de análisis debe permitir también reconocer y visualizar las principales barreras de participación y brechas de acceso a oportunidades y recursos que existen en las cadenas (van der Heyden, 2006).

Villacorta, Quiroga y Zubieta (2003), mencionan que llevar a cabo un análisis de este tipo, consiste en la identificación de factores críticos limitantes al desempeño de la cadena, a través de análisis de materiales y de capital, de procesos productivos, de entradas y de salidas, en cada subsistema (eslabones o segmentos), y de las interacciones entre eslabones y segmentos. Es necesario, para ello determinar: el objetivo, los límites, el contexto, los componentes, el flujo, los insumos, los productos.

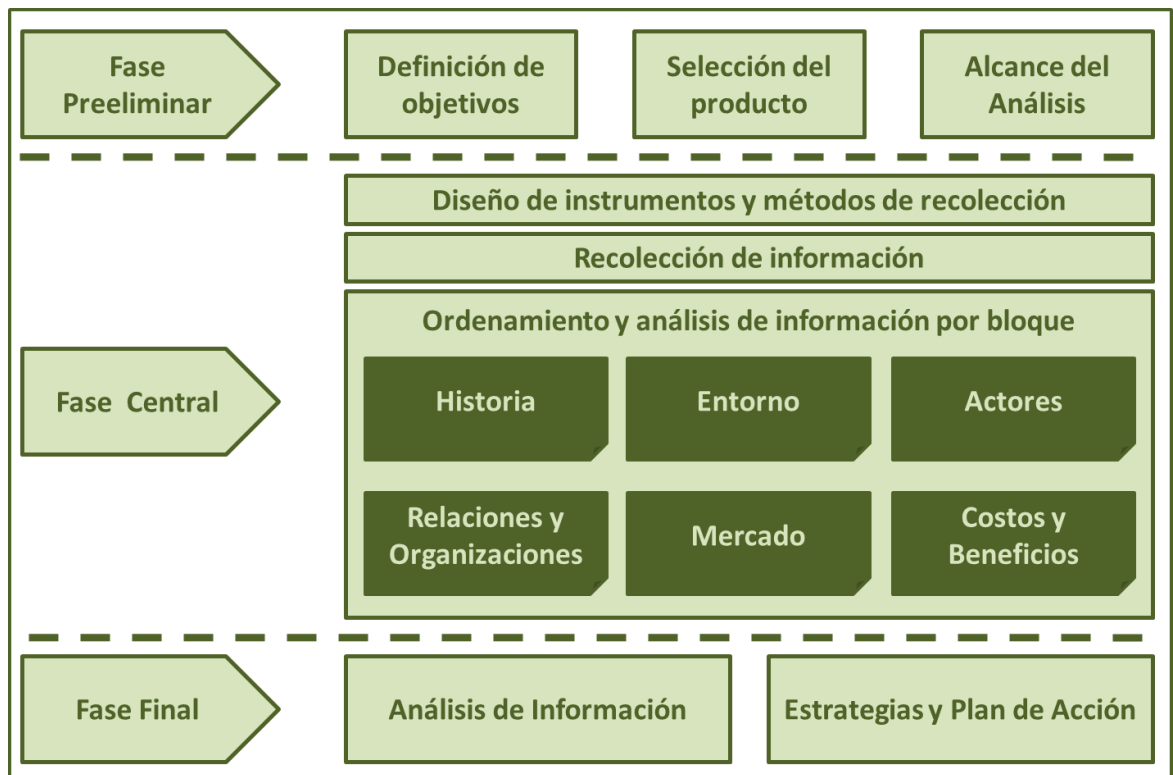
En ambos trabajos se observa una definición de análisis de cadena productiva bastante parecida, y se coincide en la identificación de factores críticos, los cuales son entendidos como “cualquier variable (o conjunto de variables) de alto impacto positivo o negativo, en el desempeño de la cadena productiva” (Villacorta, Quiroga y Zubieta, 2003:26).

Como segundo paso, se trabaja el diseño de estrategias de acción. Sobre la base de los puntos críticos, ventajas competitivas e inequidades identificados en el análisis, se establece un conjunto de acciones para mejorar la competitividad y la equidad en la cadena productiva. Las acciones planificadas deben ser realistas y concertadas entre los diferentes actores (van der Heyden y Camacho, 2004).

Van der Heyden (2006) propone una metodología para realizar un análisis de cadenas, el cual permita identificar factores críticos que frenan la competitividad de una cadena, así como las ventajas competitivas que potencian la misma y sus productos.

El análisis de cadenas de van der Hayden, se divide en tres fases: Una preliminar que sirve para preparar y delimitar el estudio; una fase central en la que se lleva a cabo la recolección de información y análisis; y una fase final en la cual se elaboran las conclusiones y se presentan las propuestas y planes de acción a seguir (Figura 2).

Figura 2. Análisis de Cadenas Productivas



Fuente: van der Heyden, 2006:23

- Fase preliminar: consiste en la preparación y delimitación del estudio. Luego se precisa el producto que se va a estudiar, los objetivos del análisis de cadena y los alcances del estudio.
- Fase central, trata de la recolección de información y análisis. Contempla el diseño de las herramientas y métodos de recolección, la recopilación de información a nivel de los diferentes actores de la cadena, el ordenamiento, sistematización y análisis de la información. La fase central distingue seis bloques temáticos (historia, entorno, actores, relaciones/organizaciones, mercado, costos beneficios) para ayudar a los usuarios a ordenar y analizar la información de manera sistemática.
- Fase final: corresponde a la última etapa de análisis de la información y determinación de conclusiones. Contempla la elaboración de la síntesis de la información analizada hasta este momento, la identificación de los puntos críticos y ventajas competitivas de la cadena, y concluye con la formulación de estrategias de acción orientadas a mejorar la competitividad y equidad en la cadena.

Castro y cols. (1995), realizaron un trabajo en el cual implementaron una serie de pasos para llevar a cabo un análisis prospectivo de cadenas productivas, el cual se divide en dos fases: una de diagnóstico, donde el desempeño pasado y presente de la cadena se analiza; y una de pronóstico, donde se analizará el desempeño futuro de ésta.

El análisis diagnóstico incluye los siguientes pasos:

- Definición de los objetivos y de los límites del estudio de la CP determinando también del estudio eslabones a abordar, principales productos y subproductos a considerar, el tipo de desempeño a analizar.
- Caracterización del mercado consumidor de la cadena y a definir las demandas de ese mercado consumidor con relación a él o a los productos de la CP.
- Construir un modelo específico de la cadena productiva, definiendo eslabones, principales segmentos de eslabones (actores sociales y organizaciones componentes de la cadena).
- Establecer las relaciones entre los elementos (actores sociales) de la cadena productiva.
- Analizar los flujos físicos, definiendo los principales productos y características de calidad.
- Analizar los procesos productivos de los principales actores de la cadena productiva, en relación a eficiencia, calidad y sostenibilidad, determinando tecnología aplicada, costos, gestión y rendimientos obtenidos.
- Buscar cuellos de botella de naturaleza tecnológica y/o gerencial que puedan comprometer la eficiencia productiva, la calidad de los productos de la cadena productiva o que puedan presentar impactos negativos sobre la sostenibilidad ambiental.
- Identificar las variables o factores críticos que tienen el mayor impacto en el desempeño de la cadena (eficiencia, calidad de productos, competitividad, sostenibilidad).

En la fase de pronóstico, se realiza un análisis prospectivo y se determinan las estrategias para perfeccionar el desempeño de la cadena productiva.

CAPÍTULO II. LOS PRODUCTOS DEL OLIVO Y SUS MERCADOS

La aceituna (del árabe *az-zaytūna*) es el fruto del olivo. Se conoce también como oliva. La planta procede de Grecia y Asia Menor, donde todavía pueden encontrarse bosques de olivos silvestres (acebuches), sin tener el característico alineamiento (signo de planta cultivada) de los demás países.

Las aceitunas se consumen tanto molidas (como aceite) o en fresco, pasando primero por un proceso de maceración que elimina el sabor amargo que tienen debido a un glucósido conocido como oleuropeína.

El fruto es una drupa comestible, de tamaño variable, con una sola semilla, hueso o corazón, en su interior. Pertenece a la familia de las *oleaceae*. Se cultiva actualmente en la cuenca mediterránea, norte de África, parte de la cuenca atlántica, México, Perú, Chile, Venezuela, estados del sur de Australia, Sudáfrica en la zona de El Cabo, Nueva Zelanda, Estados Unidos, China y el Cáucaso, con la variedad autóctona *ninotska*. Chile, donde cuenta con su variedad *azapa* que hace mención al fértil valle cercano a la ciudad norteña de Arica y recorrido por el río San José. Argentina, donde en las provincias de San Juan y La Rioja cuenta con la variedad *arauco*.

Sus tejidos almacenan aceites, de los cuales el ácido oleico constituye en un análisis cuantitativo entre un 72 a un 83%, según los estándares del COI y del Codex Alimentarius de la FAO (1981).

2.1. Propiedades Nutricionales de la Aceituna

La aceituna, además de su gran tradición en la gastronomía, se considera un alimento con un alto valor nutricional y muy equilibrado, ya que tiene los

aminoácidos esenciales en una proporción idónea, y a pesar de que su contenido en proteína es bajo, tiene una relación lignina/celulosa menor de 0.5, esto significa que sus niveles de fibra hacen que sea fácilmente digerible (Ruiz-Barba y Jiménez-Díaz, 2005).

Las aceitunas están compuestas en su mayoría por agua y su aporte calórico está en torno a 150 calorías por 100 gramos. El contenido de fibra de la aceituna se sitúa en torno a los 2.6 gramos por cada 100 gramos de porción comestible y de 1.73 g por cada 100 kcal, por lo que, según la reglamentación sobre el etiquetado no. 1924/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo del 20 de diciembre de 2006, puede considerarse Fuente de Fibra. Las aceitunas de mesa contribuyen a cubrir las cantidades diarias recomendadas de fibra, que son 30 gramos (Castillo et. al., 2011).

En cuanto a la grasa, su proporción suele estar en torno al 20%. El ácido graso más abundante es el ácido oleico: 82%, seguido del palmítico: 13%, linoleico (Omega 6): 5%, esteárico: 3%, linolénico (Omega 3):1%, y palmitoleico: 1%. Se pueden observar oscilaciones en estos datos dependiendo de la madurez de la aceituna (Serrano y Lezcano, 2005).

Además, aporta carbohidratos y proteínas en pequeñas cantidades, en concreto 1 y 0.8 gramos por cada 100, respectivamente. Una cantidad de 25 gr de aceitunas (7 aceitunas) aporta 0.28 g de sodio aproximadamente. En menor proporción contienen otros minerales como calcio, potasio, magnesio, hierro, fósforo y yodo. En cuanto a vitaminas, la aceituna de mesa aporta pequeñas cantidades de vitaminas del grupo B y liposolubles como la pro-vitamina A y la E, siendo estas dos últimas de acción antioxidante, (Del Castillo y cols., 2011).

La recomendación diaria para un adulto sano es de unos 25 gramos de aceitunas al día, es decir, 7 aceitunas aproximadamente. Esta cantidad podría disminuirse en caso de sobrepeso o hipertensión, o aumentarse en el caso de que los requerimientos energéticos y minerales sean más elevados, por ejemplo en deportistas (Ruiz-Barba y Jiménez-Díaz, 2005).

2.2. La Aceituna de Mesa

Según la Norma de Calidad emitida conjuntamente por el Consejo Oleícola Internacional y *CODEX Alimentarius* de la FAO (1981): CODEX STAN 66-1981, se denomina aceituna de mesa (*olea europea L.*) al fruto de variedades determinadas de olivo cultivado, sano, cogido en el estado de madurez adecuado y de calidad tal que, sometido a las preparaciones adecuadas, dé un producto de consumo y de buena conservación como mercancía comercial.

Siguiendo la Norma de Calidad CODEX STAN 66-1981, es posible clasificar a las aceitunas de mesa de acuerdo a su tipo, preparación comercial y formas de presentación.

2.2.1. Clasificación de Aceitunas por Tipo

- Verdes: son las aceitunas de frutos recogidos durante el ciclo de maduración. Estas aceitunas serán firmes, sanas y resistentes a una suave presión entre los dedos y no tendrán otras manchas distintas de las de su pigmentación natural. La coloración del fruto podrá variar del verde al amarillo paja.
- De color cambiante: obtenidas de frutos con color rosado, rosa vinoso o castaño, recogidos antes de su completa madurez, sometidos o no a tratamientos alcalinos y listas para su consumo.
- Negras: obtenidas de frutos recogidos en plena madurez o poco antes de ella, pudiendo presentar, según zona de producción y época de la recogida, color negro rojizo, negro violáceo, violeta oscuro, negro verdoso o castaño oscuro.
- Ennegrecidas por oxidación: son las obtenidas de frutos que no estando totalmente maduros han sido oscurecidos mediante oxidación y han perdido el amargor mediante tratamiento con lejía alcalina, debiendo ser envasadas en salmuera y preservadas mediante esterilización con calor.

2.2.2. Clasificación de Aceitunas de Acuerdo a su Preparación Comercial

a) Aceitunas verdes

- Aceitunas verdes aderezadas en salmuera: tratadas con una lejía alcalina y acondicionadas posteriormente en salmuera en la que sufren una fermentación láctica natural total o parcial.
- Aceitunas verdes al natural en salmuera: tratadas directamente con salmuera y conservadas por fermentación natural.

b) Aceitunas de color cambiante

- Aceitunas de color cambiante aderezadas en salmuera: obtenidas tras un tratamiento alcalino y conservado por fermentación natural.
- Aceitunas de color cambiante al natural en salmuera: tratadas directamente con salmuera, conservadas por fermentación natural y listas para el consumo.

c) Aceitunas ennegrecidas por oxidación en salmuera: aceitunas verdes o de color cambiante ennegrecidas mediante oxidación, y que han perdido el amargor mediante tratamiento con lejía alcalina, acondicionadas en salmuera y preservadas mediante esterilización con calor.

d) Aceitunas negras

- Aceitunas negras en salmuera: estas aceitunas son firmes, lisas y de piel brillante, pudiendo presentar, debido a su preparación, ligeras concavidades en su superficie.
- Aceitunas negras arrugadas: aceitunas obtenidas a partir de frutos cogidos antes de su completa madurez que, después de una breve inmersión en una ligera solución alcalina, se conservan mediante espolvoreo de sal en toneles movidos diariamente hasta su utilización.
- Aceitunas negras al natural, arrugadas naturalmente: obtenidas de frutos cogidos después de su completa maduración, arrugados en el árbol y tratados directamente con salmuera.
- Aceitunas negras en sal seca: presentan un aspecto rugoso y conservan intacta la epidermis.

- Aceitunas negras deshidratadas: obtenidas a partir de frutos maduros, después de haber sido escaldados y parcialmente deshidratados en sal mediante calor muy suave.
- e) Aceitunas partidas: obtenidas de frutos enteros, frescos o previamente tratados con salmuera, sometidos a un procedimiento destinado a abrir la pulpa sin fracturar el hueso que permanece entero en el fruto. Pueden tratarse con una lejía ligera y se conservan en una salmuera eventualmente aromatizada, con o sin adición de vinagre. Existen cuatro tipos de aceitunas partidas:
- aceitunas verdes partidas en salmuera al natural.
 - aceitunas verdes de salmuera al natural partidas.
 - aceitunas verdes aderezadas partidas.
 - aceitunas de color cambiante partidas.
- f) Aceitunas seccionadas (rayadas): aceitunas verdes, de color cambiante o negras, seccionadas en sentido longitudinal mediante incisiones practicadas en la piel y parte de la pulpa y puestas en salmuera, con vinagre o sin él, se les puede incorporar aceite de oliva y sustancias aromatizantes. Existen dos tipos de aceitunas seccionadas:
- aderezadas, cuando previamente al rayado se han sometido a un tratamiento alcalino;
 - al natural.
- g) Especialidades: las aceitunas podrán prepararse de formas diferentes o complementarias de las antes indicadas. Estas especialidades conservarán la denominación de "aceitunas" siempre que los frutos utilizados respondan a las definiciones generales establecidas en la Norma de Calidad *CODEX STAN 66-1981*. Las denominaciones empleadas para estas especialidades deberán ser lo suficientemente explícitas para no suscitar en los compradores o consumidores confusión en cuanto al origen y naturaleza del producto y en especial con respecto a las denominaciones establecidas en dicha norma.

2.2.3. Clasificación de Aceitunas según su Forma de Presentación

- a) Aceitunas enteras: conservan su forma original y no están deshuesadas.
- b) Enteras deshuesadas: aceitunas a las que se ha sacado el hueso y conservan prácticamente su forma original.
- c) Aceitunas rellenas: aceitunas deshuesadas, rellenas con uno o más ingredientes adecuados (pimiento, cebolla, almendra, apio, anchoa, aceituna, cáscara de naranja o limón, avellana, alcaparra, etc.) o sus pastas preparadas.
- d) Mitades: aceitunas deshuesadas o rellenas, cortadas en dos mitades aproximadamente iguales.
- e) En cuartos: aceitunas deshuesadas, cortadas en cuatro partes aproximadamente iguales, siguiendo el eje principal del fruto.
- f) Gajos: aceitunas deshuesadas cortadas longitudinalmente en más de cuatro partes, aproximadamente iguales.
- g) Lonjas: aceitunas deshuesadas o rellenas cortadas en segmentos paralelos de espesor relativamente uniforme.
- h) Troceadas: pequeños trozos de aceitunas deshuesadas, de forma indeterminada y prácticamente libres de unidades identificables de coronillas, y trozos de lonjas.
- i) Rotas: aceitunas que se han roto accidentalmente durante el deshuesado o el relleno. Estas aceitunas podrán contener fragmentos de relleno
- j) Aceitunas para ensaladas: aceitunas rotas o una mezcla de aceitunas rotas y deshuesadas, con o sin alcaparras, con material de relleno, cuando las aceitunas predominan en comparación con el conjunto del producto comercializado en esta forma.

- k) Alcaparrado: aceitunas enteras o deshuesadas, generalmente de pequeño tamaño, con alcaparras y con material de relleno o sin él, cuando las aceitunas predominan en comparación con el conjunto del producto comercializado en esta forma.
- l) Otras formas de presentación. Se permitirá cualquier otra forma de presentación del producto a condición de que:
- se distinga suficientemente de las otras formas de presentación establecidas en la Norma de Calidad CODEX STAN 66-1981;
 - reúna todos los demás requisitos de esa norma, incluidos los correspondientes a las tolerancias para defectos, peso escurrido, y cualquier otro requisito que sea aplicable a la forma de presentación estipulada en la norma que más se acerque a la forma o formas de presentación que han de estipularse en el ámbito de dicha disposición;
 - esté descrita debidamente en la etiqueta para evitar errores o confusión por parte del consumidor.

2.3. El Aceite de Oliva

De acuerdo a la Norma Comercial aplicable a los Aceites de Oliva y Aceites de Orujo de Oliva, elaborada por el COI y actualizada en 2010, se le llama aceite de oliva a aquel que procede únicamente del fruto del olivo (*Olea europaea L.*), con exclusión de los aceites obtenidos por disolventes o por procedimientos de reesterificación y de toda mezcla con aceites de otra naturaleza. Se comercializará según las denominaciones y definiciones siguientes:

Aceite de oliva virgen: es el que se obtiene del fruto del olivo únicamente por procedimientos mecánicos o por otros medios físicos en condiciones, especialmente térmicas, que no produzcan la alteración del aceite, que no haya tenido más tratamiento que el lavado, la decantación, la centrifugación y el filtrado. A su vez el aceite de oliva virgen se divide en:

1. Aceite de oliva virgen extra: aceite de oliva virgen cuya acidez libre expresada en ácido oleico es como máximo de 0.8 gramos por 100 gramos.
2. Aceite de oliva virgen: aceite de oliva virgen cuya acidez libre expresada en ácido oleico es como máximo de 2 gramos por 100 gramos.
3. Aceite de oliva virgen corriente: aceite de oliva virgen cuya acidez libre expresada en ácido oleico es como máximo 3.3 gramos por cada 100 gramos.

Aceite de oliva refinado: es el aceite de oliva obtenido de los aceites de oliva vírgenes mediante técnicas de refinado que no provoquen ninguna modificación de la estructura glicérica inicial. Su acidez libre expresada en ácido oleico es como máximo de 0,3 gramos por 100 gramos y sus demás características corresponden a las fijadas para esta categoría en la presente Norma.

Aceite de oliva: es el constituido por la mezcla de aceite de oliva refinado y de aceites de oliva vírgenes aptos para el consumo en la forma en que se obtienen. Su acidez libre expresada en ácido oleico es como máximo de 1 gramo por 100gramos y sus demás características corresponden a las fijadas para esta categoría en la presente Norma.

2.3.1. Usos y Propiedades del Aceite de Oliva

Desde tiempos inmemoriales se conoce el uso del aceite en la cocina. Ésta, sin embargo, no parece su primera utilidad histórica, ya que se usaba para “alumbrar”, de aquí el nombre de “lampantes” a los aceites de baja calidad, los que se dedicaban a tal fin. También era muy conocida por griegos y romanos la utilización del aceite de oliva para usos cosméticos y medicinales, tanto en aplicaciones externas como internas. El culto a los muertos en civilizaciones antiguas incluía el ungimiento de éstos con aceite de oliva (Schäfer-Schuchardt, 1996).

Hoy se denomina dieta mediterránea al conjunto de estos hábitos alimentarios propios de la cuenca mediterránea, donde se combinan alimentos muy diversos, como son cereales, verduras, hortalizas, legumbres y, por supuesto, el aceite de oliva. Hoy mundialmente reconocida como cardiosaludable y modelo a seguir en medicina preventiva. En esta cocina no cabe utilizar otro tipo de aceite distinto al Virgen Extra (Serrano y Lezcano, 2005).

Una dieta rica en grasas monoinsaturadas, las cuales se encuentran en el aceite de oliva, desempeña un papel importante en el control de los pacientes con diabetes mellitus insulino-dependiente y otras categorías de diabetes mellitus (Garg, 1996).

El aceite de oliva virgen es el zumo de la aceituna, por lo que conserva todo el sabor y propiedades nutritivas del fruto del olivo. El aceite de oliva es el más rico en ácido oleico. Es por tanto una grasa monoinsaturada, con efecto muy beneficioso sobre el colesterol, bajando las tasas de LDL (colesterol malo), e incrementando las de HDL (colesterol bueno), adecuado pues en la prevención de enfermedades cardiovasculares (Wahlqvist y Kouris-Blazos, 1996; Juárez, 2006).

El aceite de oliva virgen extra, es muy rico en vitamina E, que protege a la grasa de la peligrosa acción de los radicales libres, oponiendo resistencia a la oxidación que estos producen sobre el cuerpo humano. También tiene efectos anticancerígenos, y favorece la digestión porque estimula la vesícula biliar. Ejerce un efecto protector y tónico de la epidermis (la piel). Estimula el crecimiento y favorece la absorción del calcio y la mineralización (Serrano y Lezcano, 2005).

Por su contenido en vitamina E y el efecto antioxidante de ésta sobre la membrana celular, el aceite de oliva está especialmente recomendado para la infancia y la tercera edad, ya que ayuda a prevenir la arteriosclerosis y sus riesgos (*ibid.*, 2005).

El aceite de oliva es un alimento asombroso y medicina natural, indicado para todas las enfermedades de hígado, insuficiencia hepática, litiasis biliar,

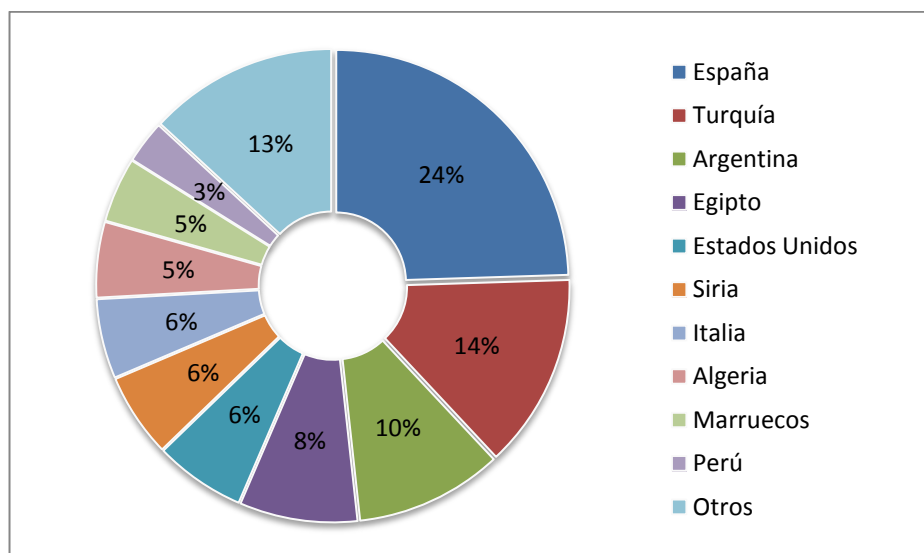
hiperclorhidria, estreñimiento, etc. Al inverso de las demás grasas sólidas, no cansa ni el hígado ni el páncreas durante la digestión y la asimilación.

2.4. El Mercado Mundial de la Aceituna.

2.4.1. Producción y Consumo Mundial de Aceituna de Mesa

Según cifras del Consejo Oleícola Internacional (COI), el inventario total de aceituna de mesa en el mundo para el periodo de octubre de 2010 a septiembre de 2011 fue de más de 2.44 millones de toneladas, de las cuáles, la mayoría pertenecen a países situados dentro de la región del mediterráneo. El principal productor de aceituna es España, con 597 mil toneladas lo que representa el 22% del total de la producción mundial, seguido de Turquía y Argentina, con el 14% y 10% respectivamente (Figura 3).

Figura 3. Producción Mundial de Aceituna de Mesa 2010-2011

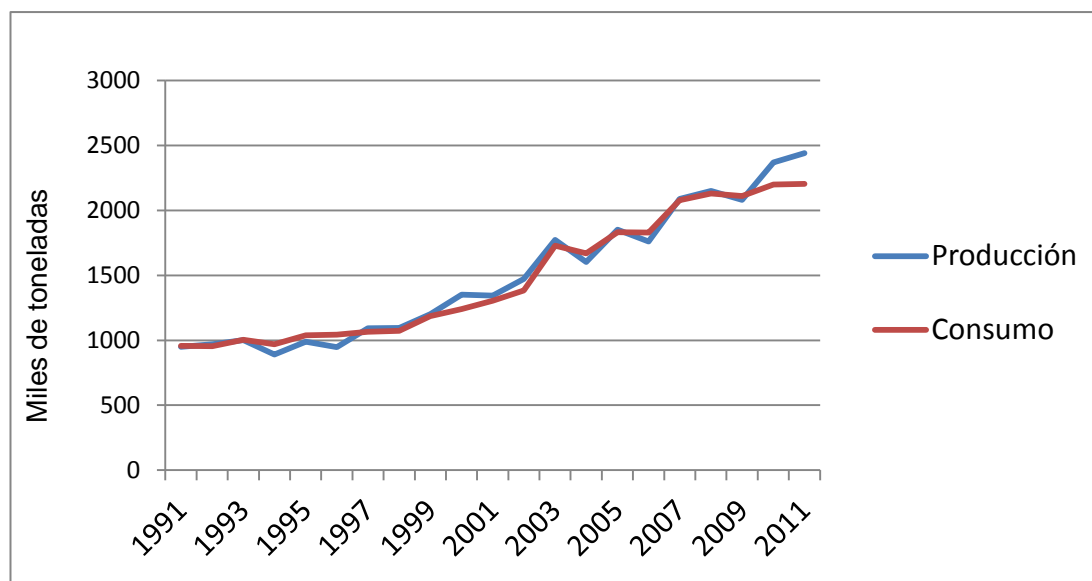


Fuente: Elaboración propia con datos del Consejo Oleícola Internacional
*Octubre de 2010 a septiembre de 2011

En los últimos 20 años la producción de oliva ha crecido a un ritmo de 4.8% anual, pasando de 950 toneladas en 1991, a casi dos millones y medio actualmente. Haciendo el mismo ejercicio para el periodo de 2001 a 2011, se observa una mayor dinámica de crecimiento, con una tasa promedio del

6.2% anual, lo que habla acerca de la importancia adquirida por este cultivo en los últimos años. Otro aspecto importante, lo es la preferencia de los consumidores, la cual, en las dos décadas anteriores, ha observado un comportamiento parecido al ritmo de la producción, tal y como lo demuestra la Figura 4:

Figura 4. Producción y Consumo Mundial de Aceituna de Mesa 1991-2011



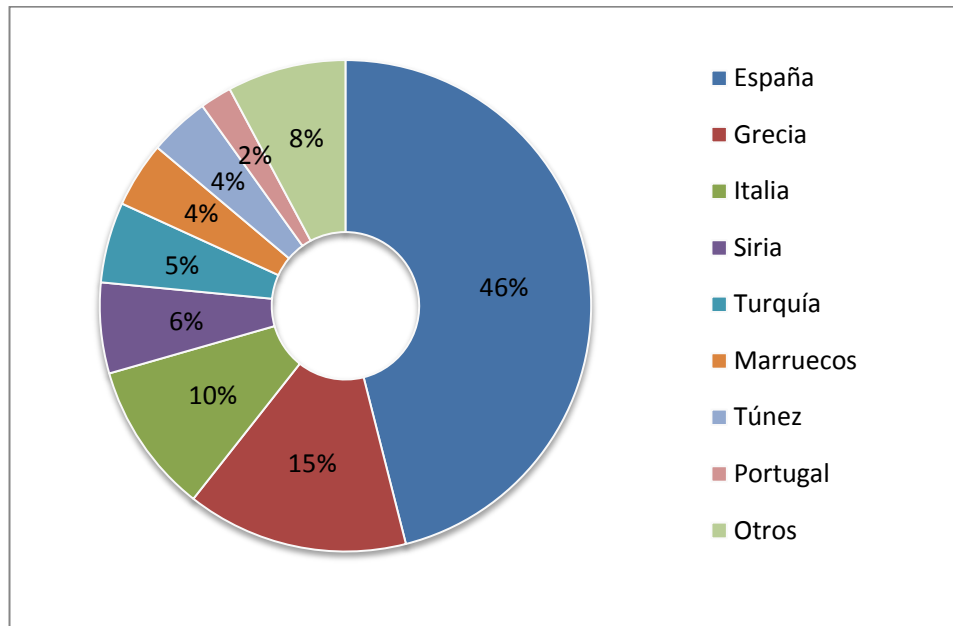
Fuente: Elaboración propia con datos del Consejo Oleícola Internacional

Los principales países consumidores de aceituna de mesa son Turquía, Estados Unidos, Egipto, España y Algeria. Estos cinco países demandan el 41% de la aceituna de mesa producida en el mundo (Palacio, 2011).

2.4.2. La Producción y el Consumo Mundial de Aceite de Oliva

El volumen de producción mundial de aceite de oliva entre octubre de 2010 y septiembre de 2011 ascendió a 3.018 millones de toneladas (COI, 2011), destacando en su elaboración España como principal productor al generar 1.390 millones de toneladas de aceite, el 46% del total producido en el mundo, Grecia e Italia, participan con 15% y 10% de la producción total respectivamente (Figura 5).

Figura 5. Producción Mundial de Aceite de Oliva 2010-2011

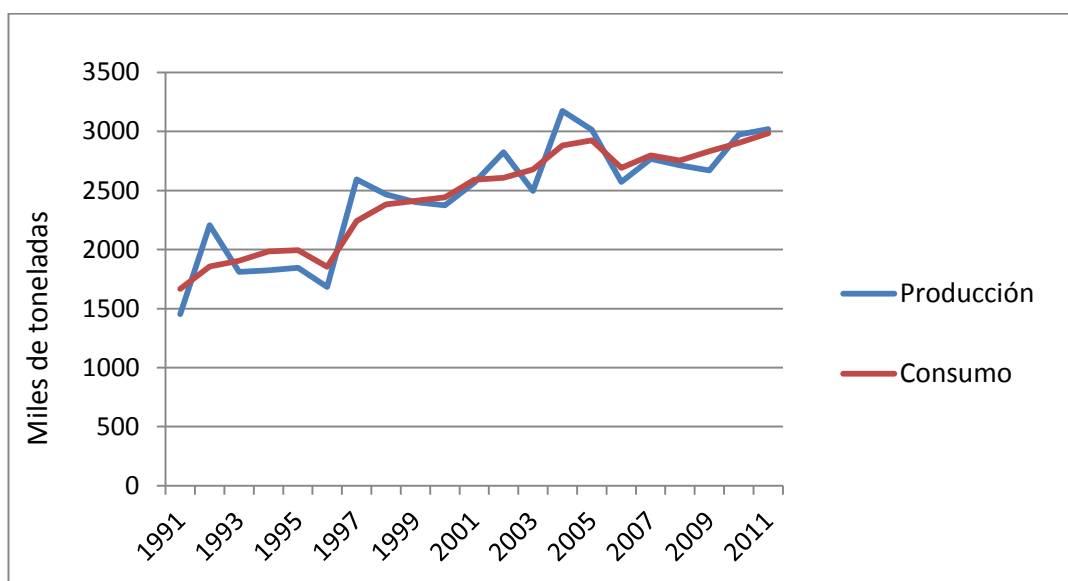


Fuente: Elaboración propia con datos del Consejo Oleícola Internacional
*Octubre de 2010 a septiembre de 2011

Al igual que la aceituna de mesa, la producción de aceite de oliva se ha incrementado con el paso del tiempo, incluso duplicándose en las dos últimas décadas, pasando de poco menos de 1.5 millones de toneladas en el año de 1991, a una producción mayor a los tres millones de toneladas de aceite de oliva en 2011 (COI, 2011), con una tasa de crecimiento promedio anual de 3.7%.

Por su parte, el consumo de aceite de oliva, que para el año de 2011 fue de 2.984 millones de toneladas, también aumentó con el paso de los años, lo que habla del buen posicionamiento de este producto en el gusto de los consumidores. La Figura 6 muestra el comportamiento de la producción y el consumo durante los últimos 20 años.

Figura 6. Producción y Consumo Mundial de Aceite de Oliva 1991-2011



Fuente: Elaboración propia con datos del Consejo Oleícola Internacional

Los principales países consumidores de aceite de oliva son: Grecia (24%), España (20%), Estados Unidos (10%), Italia (8%) y Siria (5%). Destaca el caso de Estados Unidos, país que al no darse abasto con su producción local, se ve obligado a recurrir al mercado mundial, convirtiéndose en el principal país importador de aceite de oliva, con más de 275 mil toneladas procedentes de otros países.

Las perspectivas para el consumo del aceite de oliva son alentadoras debido a una estimación de crecimiento importante de la población y a una participación creciente en el consumo mundial.

Existen dos aspectos característicos que ponen de manifiesto el dinamismo de la industria olivícola global (Salazar, Peñuelas y Borbón, 2009):

- a) el consumo tiende a superar los niveles de producción a escala mundial y,
- b) este dinamismo es más evidente en las regiones fuera del Mediterráneo, en donde las tasas de crecimiento en años recientes superan el 10% en tanto que en el mediterráneo estas se estiman en 8% promedio anual.

Lo anterior pone de manifiesto que el mercado mundial se encuentra en una situación crítica. La demanda mundial no está satisfecha dado que el

consumo excede a la producción. El mercado mundial necesita que países emergentes como México aumenten su producción.

2.5. El Mercado Mexicano de la Aceituna

2.5.1. Producción y Consumo de Aceituna de Mesa en México

En México, el mercado de aceituna de mesa se divide en dos segmentos: el primero corresponde a aceituna de baja calidad, utilizada frecuentemente en la preparación de platillos típicos de la gastronomía nacional. El segundo consiste en aceitunas de buena calidad, (negras o verdes) generalmente sin hueso, rellena. En este segmento se localiza la población con niveles de ingresos medios y altos, que consumen la aceituna como botanas, o bien en ensaladas y platillos típicos de la dieta mediterránea (Palacio, 2011).

Según datos del Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP), en el año 2010 México tuvo una producción de 27,209 toneladas de aceituna, las cuales generaron un valor de producción de 187.32 millones de pesos. Sonora es el estado líder en la producción de este fruto, aportando el 56.6% del total, lo que se traduce en un 57.4% del valor generado. Le sigue Baja California con un 39.6% de la producción, porcentaje similar al obtenido en valor (cuadro 1).

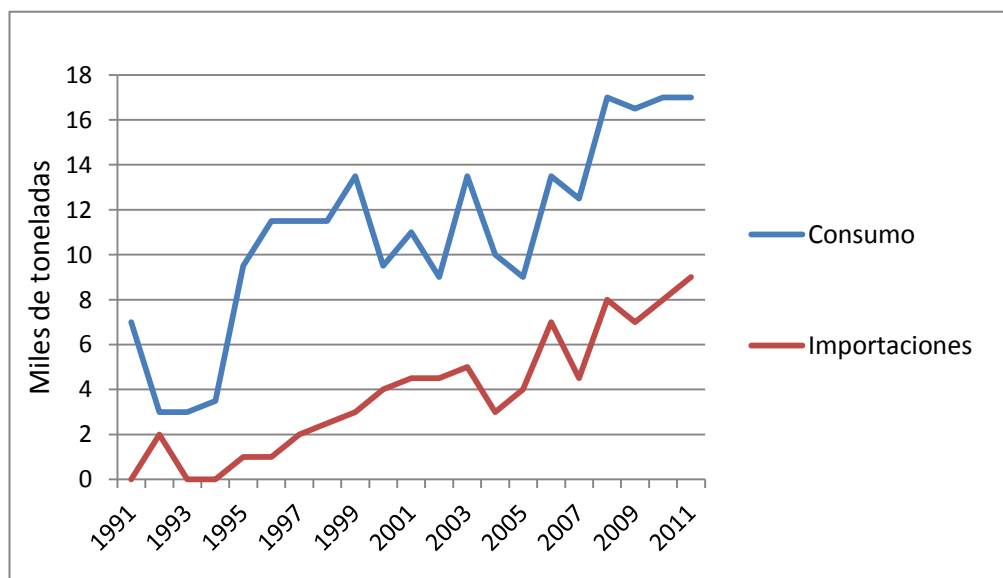
Cuadro 1. México: Valor y Volumen de Producción de Aceituna, 2010

Estado	Municipio	Producción	Valor Producción
		(Ton)	(Miles de Pesos)
Baja California	Ensenada	7,196.80	41,722.8
	Tecate	1,297.20	6,556.7
	Tijuana	320	2,490.0
	Mexicali	1,950.40	15,210.5
Hidalgo	Ixmiquilpan	24	165.6
Jalisco	Lagos de Moreno	54	259.2
Sonora	Altar	250	1,750.0
	Caborca	15,111.00	105,777.0
	Trincheras	5.95	59.2
Tamaulipas	Tula	1,000.00	13,333.0
Total		27,209.35	187,324.0

Fuente: SIAP, 2012

Sin embargo, la producción de aceituna a lo largo de los años ha sido insuficiente para satisfacer las necesidades del mercado, por lo que se ha recurrido a las importaciones, las cuáles han aumentado con el paso de los años, como una respuesta a un incremento en el consumo de aceituna de mesa (Figura 7).

Figura 7. México: Consumo e Importaciones de Aceituna de Mesa



Fuente: Elaboración propia con datos del Consejo Oleícola Internacional

El principal país exportador de aceituna de mesa a México es España, con una cuota de mercado de 84.35%, seguido de Argentina, que en el año 2009 desbancó a Estados Unidos del segundo sitio, con una participación del 6.22%. Importante destacar la baja en el volumen de importación durante el año 2009, ésto a consecuencia de la crisis económica mundial, aunque con una rápida recuperación, la cual se ve reflejada tan sólo un año después (cuadro 2).

Cuadro 2. México: Importaciones De Aceituna
(millones de dólares americanos)

Rango	País	2008	2009	2010	%Participación			% Cambio
					2008	2009	2010	
1	España	16.52	12.99	16.33	86.26	83.45	84.35	25.76
2	Argentina	0.65	1.10	1.20	3.41	7.10	6.22	8.98
3	E.E.U.U	1.08	0.96	1.10	5.67	6.17	5.72	15.29
4	Chile	0.02	0.10	0.31	0.13	0.70	1.61	185.35
5	Grecia	0.47	0.19	0.15	2.48	1.24	0.81	-19.16
6	Egipto	0.05	0.05	0.07	0.28	0.36	0.37	28.84
7	Italia	0.05	0.4	0.5	0.27	0.25	0.26	28.10
	Total	19.15	15.56	19.36	100	100	100	24.42

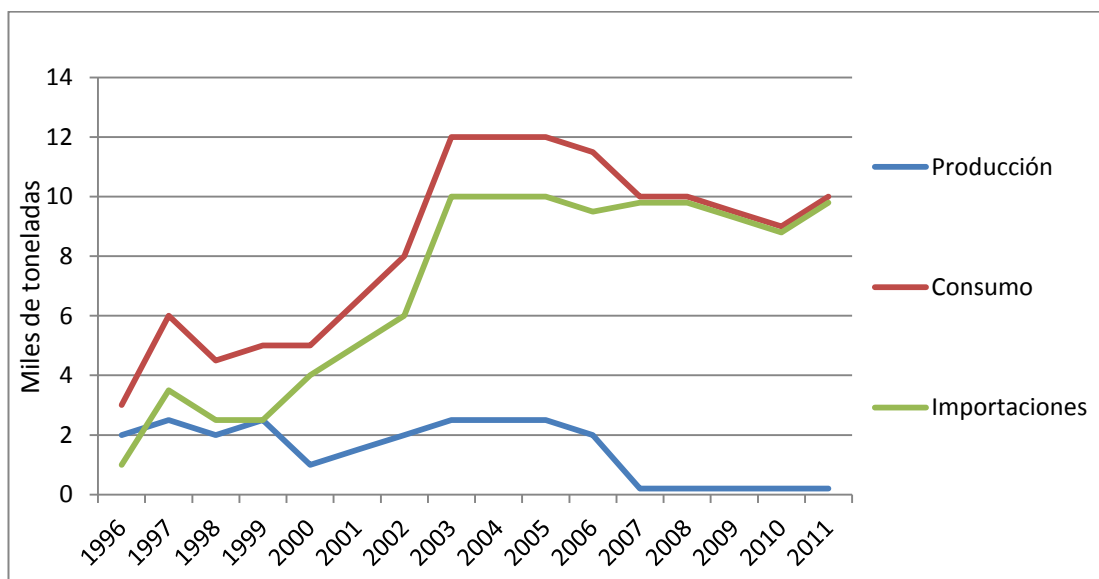
Fuente: Palacios, 2011:25

2.5.2. El Mercado Mexicano de Aceite de Oliva

En México la producción de aceite de oliva ha sido históricamente muy baja. En los años de 2002 a 2005 fue de tan sólo 2,500 toneladas. La producción es tan pequeña que incluso el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) ha dejado de otorgar al aceite de oliva una partida propia a la hora de cuantificar su producción y en este momento la producción de aceite de oliva se encuentra recogida dentro de la partida “Otros aceites y mezclas de aceites comestibles”.

De esta manera se puede considerar el tamaño del mercado como equivalente a las importaciones de aceite de oliva del país, excepto por pequeñas cantidades que se comercializan, la mayoría en el mercado informal. La Figura 8 muestra el comportamiento de la producción, el consumo y las importaciones en los últimos 15 años en México.

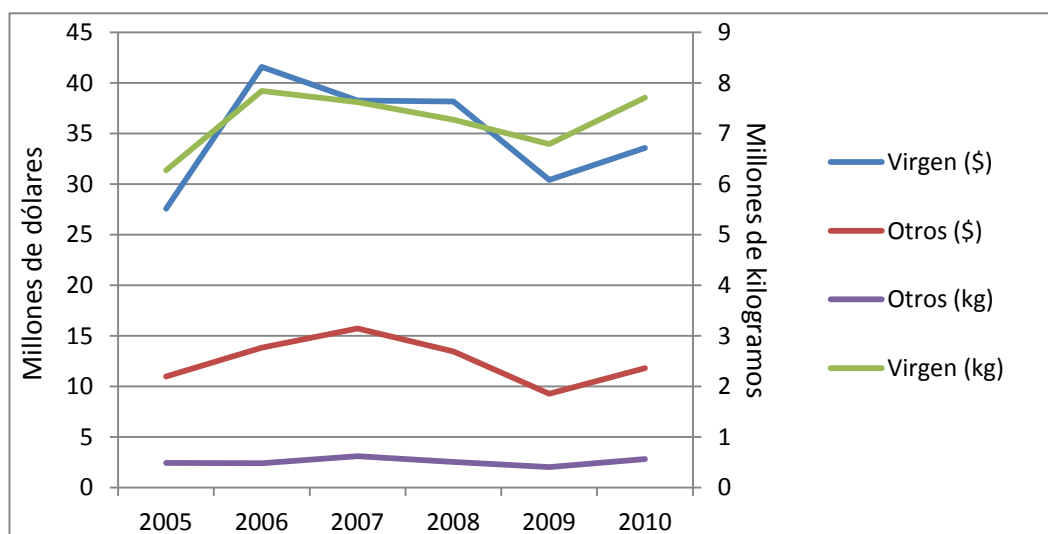
Figura 8. México: Producción, Consumo e Importaciones de Aceite de Oliva



Fuente: Elaboración propia con datos del Consejo Oleícola Internacional

Las cifras económicas del mercado de aceite de oliva en México expresan que en el año 2010 las importaciones ascendieron a 45.35 millones de dólares (Palacio, 2011a), mientras que no se registraron exportaciones formales (COI, 2011). El signo negativo de la balanza comercial entre el 2005 y 2010, derivó, por una parte, de la desaparición casi en su totalidad de un sector productivo formal de aceite de oliva en México, y por otra, de un incremento de las importaciones del 23%, expresado en la profundización del desequilibrio comercial de -\$31.18 millones de dólares en 2005 a -45.35 millones de dólares para 2010. La Figura 9 muestra el comportamiento de las importaciones de 2005 a 2010.

Figura 9. México: Importaciones por tipo de Aceite de Oliva



Fuente: Elaboración propia con datos de Palacio, 2011a

No existe una tendencia clara en cuanto a la evolución de las importaciones tanto de aceite de oliva virgen como de otros aceites de oliva. No obstante, se puede deducir que desde 2005 es un mercado en crecimiento frenado por la crisis económica mundial y que se recuperó en 2010, aunque sin llegar a alcanzar valores del 2008 en dólares, pero sí en Kg, lo que quiere decir que se está importando aceite más barato. Una vez analizado el tamaño del mercado de las importaciones de aceite de oliva, se analizará por separado la partida de “aceite Virgen” y la partida de “otros aceites de oliva”.

El Cuadro 3 muestra el valor de las importaciones de aceite de oliva virgen en México según el país de procedencia. Se observa que España, al igual que en el caso de la aceituna de mesa, es el principal proveedor de aceite de oliva virgen a México, con una participación en el mercado mayor a las tres cuartas partes, y que se incrementó en poco más de 10% de 2009 a 2010.

Cuadro 3. México: Importaciones de Aceite de Oliva Virgen
(Millones de dólares americanos)

Rango	País	2008	2009	2010	%Participación			% Cambio
					2008	2009	2010	
1	España	28.81	23.32	25.78	75.50	76.72	76.81	10.53
2	Italia	8.16	6.62	6.99	21.40	21.78	20.84	5.61
3	Chile	0.20	0.14	0.42	0.53	0.48	1.26	187.68
4	Argentina	0.88	0.20	0.21	2.33	0.67	0.64	5.93
	Total	38.16	30.40	33.57	100	100	100	10.40

Fuente: Palacio, 2011a: 11

Italia se mantiene en segundo lugar, aunque muy por detrás de España, con un 20.84% de participación, mientras que Chile es el tercer mayor exportador de aceite de oliva virgen con una pequeña cuota de apenas 1.26%.

En cuanto a los valores absolutos, se observa que, excepto Chile, el resto de los países disminuyó el valor de sus exportaciones en 2009, debido principalmente a la crisis económica mundial y también en menor medida y para el caso de los países europeos, a la apreciación del Euro, que hace menos competitivos en precios sus productos, especialmente en un mercado tan sensible a los precios como lo es el de los aceites (Palacio, 2011a). En 2010 se produce una recuperación del valor de las exportaciones de aceite de oliva, aunque sin recuperar los valores de 2008.

En el caso de otros aceites de olivo se observa que España también encabeza la lista de países proveedores de estos productos, abarcando el 78.83% del mercado, seguido de Italia con un 15.35%. La novedad respecto a los aceites considerados virgen es Estados Unidos, quien tiene una participación del 5.48%. En total, las importaciones por este concepto se traducen en 11.77 millones de dólares y representaron un incremento del 27.02% de 2009 a 2010, aunque sin llegar a los niveles obtenidos en 2008, pero con una franca recuperación (Cuadro 4).

Cuadro 4. México: Importaciones de otros aceites de oliva
(Millones de dólares americanos)

Rango	País	2008	2009	2010	%Participación			% Cambio
					2008	2009	2010	
1	España	10.35	6.88	9.28	77.0	74.2	78.8	34.8
2	Italia	2.16	1.72	1.80	16.1	18.5	15.3	5.0
3	E.E.U.U.	0.83	0.64	0.64	6.1	6.9	5.4	0.2
	Total	13.43	9.27	11.77	100	100	100	27.02

Fuente: Palacio, 2011a:13

En términos generales, es posible concluir que en México el mercado de los productos olivícolas presenta una insuficiente oferta doméstica para solventar la creciente demanda interna, la cual es atendida casi en su totalidad con importaciones dinámicas, las cuales ya no provienen únicamente de países mediterráneos con historia y tradición en el cultivo de aceituna, ya que en los últimos años Chile, Argentina y Estados Unidos comienzan a registrar una mayor participación dentro del mercado mexicano de los productos olivícolas.

De esta forma, es clara la existencia de una gran demanda de aceituna de mesa y aceite de oliva, la cual es una oportunidad para los productores de olivo en México ya que cuentan con un mercado donde colocar sus productos; es necesario el crear las condiciones para desarrollar una industria que pueda competir con las importaciones que ingresan al país en estos rubros.

CAPÍTULO III. EL MUNICIPIO DE CABORCA, CARACTERIZACIÓN SOCIECONÓMICA E HISTORIA DEL OLIVO EN LA REGIÓN

El municipio de Caborca se localiza al noroeste del estado de Sonora, fue fundado en 1962 en un asentamiento indígena ubicado en el pie del Cerro Prieto por el padre jesuita Eusebio Francisco Kino, bautizándolo como La misión de la Purísima Concepción de Nuestra Señora de Caborca. Colinda hacia el norte con el Vecino país de Estados Unidos de América, al este con los municipios de Altar y Pitiquito, al noroeste con Puerto Peñasco y al oeste con el Golfo de California.

El municipio está comunicado con el resto del estado a través de la carretera México-Tijuana; cuenta con una extensa red de caminos de terracería que comunican a sus localidades con la cabecera municipal; también tiene estación de ferrocarril en la ciudad de Caborca, central de autobuses para la transportación foránea, transporte urbano, servicios de taxis y aeropista para el tráfico de avionetas.

3.1. Población y Estructura Socioproductiva

Según el Censo General de Población y Vivienda 2010 (INEGI, 2011) Caborca tiene una población de 81,309 habitantes, la cual representa el 3.05% del total en el estado de Sonora. Un 50.9% de los habitantes del municipio son hombres y el restante 49.1% son personas del género femenino. Del total de habitantes en el municipio 63,647 personas (78.3%) viven en la ciudad de Caborca, cabecera Municipal; el 21.7% restante vive en localidades rurales dedicadas en su mayoría a actividades primarias (agricultura, ganadería y pesca).

La población Económicamente Activa (PEA) de Caborca asciende a 35,026 personas, los cuales representan prácticamente su fuerza de trabajo, ya que de este grupo, el 96.2% es Población Ocupada (PO) y solamente un 3.8% pertenece al subgrupo de Población Desocupada (PD). El 36% de la PO se encuentra en el sector primario, un 19.7% en el industrial y el 44.3% realiza actividades de comercio y servicios (Cuadro 5).

Cuadro 5. Caborca: Estructura Poblacional

Población Total		
	Habitantes	%
Total	81,309	100
Hombres	41,370	50.9
Mujeres	39,939	49.1
Población Rural y Urbana		
	Habitantes	%
Población Urbana	63,647	78.3
Población rural	17,662	21.7
Población Económicamente Activa		
	Habitantes	%
Total	35,026	100
Población Ocupada	33,698	96.2
Población Desocupada	1,328	3.8
Población Ocupada por sector de actividad*		
	Habitantes	%
Población Ocupada	33,698	100
Sector primario	12,131	36
Sector industrial	6,639	19.7
Sector servicios	14,928	44.3

*Estimaciones con base en Censo Gral. de Población y Vivienda, 2000
Fuente: Elaboración propia con información del Censo General de Población y Vivienda, 2010, (INEGI,2011)

En el municipio de Caborca, un 4.69% de la PO percibe una remuneración diaria menor a un salario mínimo y uno de cada tres trabajadores dijo ganar entre uno y dos salarios mínimos; en contraparte, sólo el 10% recibe más de 5 salarios mínimos diarios como pago a su trabajo. Observando el acumulado, resalta el que dos terceras partes de la PO perciben menos de tres salarios mínimos al día (Cuadro 6)

Cuadro 6. Nivel de ingreso de la población ocupada

Rango	%	Acumulado
Total	100	
Hasta un salario mínimo	4.69	4.69

Más de uno y hasta 2 salarios mínimos	33.25	37.94
Más de dos y hasta tres salarios mínimos	29.67	67.61
Más de tres y hasta cinco salarios mínimos	15.79	83.4
Más de cinco salarios mínimos	10.23	93.63
No especificado	6.27	100

Fuente: Elaboración propia con información del Censo General de Población y Vivienda, 2010 y estimaciones con base en Censo General de Población y Vivienda, 2000

En Caborca, según un estudio realizado por Camberos y Huesca (2010), el 9% de sus habitantes (7,317) se encuentran por debajo de la línea de pobreza alimentaria; ésto quiere decir que, aún haciendo uso de todo el ingreso disponible en su hogar, existe una incapacidad para obtener los bienes que conforman una canasta básica alimentaria. Por su parte, La línea de pobreza de capacidades abarca al 19.65% de la población, de tal forma que uno de cada cinco habitantes no cuenta con el ingreso disponible suficiente para adquirir el valor de la canasta alimentaria y además efectuar gastos necesarios en salud y educación.

Finalmente, un 49.13% se encuentra por debajo de la línea de pobreza patrimonial, lo que significa que no disponen del ingreso suficiente para adquirir la canasta alimentaria, y además realizar gastos necesarios en salud, vestido, vivienda, transporte y educación, aún cuando la totalidad del ingreso disponible familiar se utilizara exclusivamente para la adquisición de éstos bienes y servicios. Resulta preocupante que uno de cada dos habitantes del municipio se encuentre en condiciones de pobreza, esto como resultado de un bajo nivel de ingreso económico familiar.

3.2. Sector Primario

3.2.1. Agricultura

La agricultura combina sistemas de riego y humedad, los cuales son utilizados en cerca de 23 mil hectáreas, en las cuales se siembran más de 25 cultivos diferentes. La superficie de siembra ha venido presentando un incremento gradual del año 2004 en adelante dando como resultado una

mayor participación en la generación de valor dentro del patrón de cultivos estatal (SIAP, 2011).

Durante el año 2010, se generó un valor de producción agrícola superior a los 2,955 millones de pesos, el 13.9% del total estatal. Los principales cultivos que se cosechan en Caborca de acuerdo al valor de producción generado son uva y espárrago, seguidos por papa, aceituna y trigo. Más de la mitad de la superficie de siembra se destina a uva y espárrago, seguidos en extensión por trigo, aceituna y papa (Cuadro 7).

Cuadro 7. Caborca: Patrón de Cultivos, 2010

	Cultivo	Superficie sembrada	Valor de producción
		(ha)	(miles de pesos)
1	Uva	7,697	1,183,022
2	Espárrago	4,800	1,176,019
3	Papa	1,875	287,397
4	Aceituna	2,135	105,777
5	Trigo grano	3,140	57,534
6	Alfalfa verde	1,300	51,870
7	Melón	260	39,000
8	Durazno	85	10,200
9	Nuez	155	9,858
10	Pepino	46	8,671
11	Calabacita	64	4,816
12	Cártamo	232	3,623
13	Sorgo forrajero verde	237.5	3,563
14	Naranja	204	2,611
15	Rye grass en verde	105	2,481
16	Dátil	8	2,029
17	Avena forrajera	119	1,720
18	Chabacano	25	1,615
19	Sandía	40	1,044
20	Pastos	84.5	885
21	Higo	7	860
22	Frijol	20	480
23	Ajo	6	180
24	Hortalizas	10	175
25	Maíz grano	6	99
	Totales	22,661	2,955,528

Fuente: SIAP SAGARPA, 2011

3.2.2. Ganadería

La ganadería bovina, es la principal actividad pecuaria en la Región, donde las actividades que se desprenden de la cría de bovinos generan el 77% del valor pecuario. Después del ganado bovino, el porcino se ubica segundo en importancia dentro de la ganadería municipal, con el 22% del valor de producción; finalmente el 1% restante pertenece a ganado ovino y miel.

A nivel estatal, el sector pecuario presenta una participación relativamente baja, concentrando solamente un 3.8% en ganado en pie y 3.4% en lo referente a carne en canal. Ésto contrasta con su disponibilidad de pastizales en el municipio (cuadro 8).

Cuadro 8. Caborca: Producción Pecuaria, 2010

Producto/especie	Producción	Valor de producción
	(toneladas)	(miles de pesos)
Ganado y ave en pie		
Bovino	10,375	217,824
Porcino	3,906	76,632
Ovino	14	253
Subtotal	14,295	294,709
Carne en canal		
Bovino	5,833	240,674
Porcino	2,911	76,940
Ovino	7	248
Subtotal	8,751	317,863
Otros productos		
Leche bovino	13,794	73,739
Miel	3.2	110
Subtotal		73849
Total		391,713

Fuente: SIAP SAGARPA, 2011

3.2.3. Pesca

El municipio de Caborca cuenta con litoral marítimo en el Golfo de California, lo que permite que se lleve a cabo la pesca ribereña en algunas comunidades. Las principales concentraciones pesqueras son *El Desemboque* y *Puerto Lobos*, donde viven en conjunto más de 500 personas, en su mayoría dedicadas a la pesca.

Las principales especies capturadas son jaiba, almeja blanca, cazón, manta, caracol, lenguado, sierra, baqueta, entre otras. En general, dentro del sector

primario, la pesca ocupa un lugar ínfimo, esto como resultado de que sólo se lleva a cabo en embarcaciones pequeñas.

3.2.4. Minería e Industria

La minería se desarrolla tiene un amplio potencial en la pequeña y mediana escala ya que tiene regiones con alta concentración de oro y plata como son San Felipe, San Francisco, El Plomito y San Carlos.

Por su parte, el sector industrial se divide en dos segmentos, uno de maquiladora tradicional con poco valor agregado, y otro ligado a las actividades primarias que se realizan en la Región, y el cual representa una oportunidad de crecimiento y un reto a futuro en Caborca.

3.2.5. Comercio y Servicios

Este sector se caracteriza por ser funcional hacia las actividades del sector primario. Su estructura comercial está integrada por más de 800 establecimientos de venta al mayoreo y menudeo en los giros de abarrotes, farmacias, tiendas de ropa y calzado, expendios de vinos y licores, mueblerías y ferreterías. El comercio es el principal generador de empleos, y es junto con la agricultura, la actividad más importante para la economía del municipio, ya que emplea al 44% de la población ocupada.

3.2.6. Principales Cadenas Agroalimentarias

La figura 10 muestra una matriz de posicionamiento estratégico para las principales cadenas agroalimentarias del Distrito de Desarrollo Rural 139, del cual forma parte el municipio de Caborca y debido a su porcentaje de superficie sembrada y valor generado, tiene gran ponderación en los resultados obtenidos. Se observa la presencia de cultivos como la uva de mesa, aceituna, dátil y alfalfa dentro del cuadrante de alta prioridad estratégica, lo que denota que son cadenas creadoras de un alto impacto socioeconómico, reflejado en la generación de empleos y valor agregado,

además cuentan con un alto grado de competitividad, resultado de la evolución en los precios de esos productos, del uso de sistemas tecnificados en el cultivo, así como de la sustentabilidad ambiental que manejan.

De igual forma, llama la atención que el cultivo de espárrago se localice en el cuadrante de sostenimiento; ésto es debido a que a pesar de su alto impacto socioeconómico, es un cultivo poco competitivo en cuestión uso del agua y sistemas de riego, en una zona donde el agua es escasa.

Figura 10. DDR. 139 Caborca: Matriz de Posicionamiento Estratégico

		III. Sostenimiento		I. Alta Prioridad	
		Esparrago Melón Vid pasa Kale Bovino Rapini Camarón Algodón Sorgo f. Perejil Lechuga Cártamo		Higuero Trigo Cilantro Vid mesa Aceituna Datilero Apio Cebollín Pepino Alfalfa Chile verde Chabacano	
Impacto Socioeconómico	Alto	IV. Mantenimiento		II. Impulso	
	Bajo	Leche bovino Vid industrial Sorgo g Zanahoria Ovino Espinaca Sandia Nogal Trigo f. Caprino Rábano Maíz		Porcino Brócoli Calabacita Durazno Acuacultura Cebolla Repollo Avena f. Tomatillo Rye grass Papa Tomate	
		Bajo		Alto	
		Competitividad			

Fuente: Elaboración propia con base criterios de ISNAR, 1998.

CAPÍTULO IV. LA CADENA PRODUCTIVA DEL OLIVO EN CABORCA

4.1. Historia del Cultivo del Olivo en Caborca

En México se maneja una gran gama de cultivos no tradicionales, pero al olivo no podemos incluirlo entre ellos. Traído a México por los misioneros jesuitas y franciscanos desde el siglo XVI, es un producto tradicional. El escaso conocimiento que de él se tiene y su reducida dispersión, se debe a que es un cultivo confinado a condiciones especiales de clima, principalmente. El Padre Francisco Eusebio Kino, fue quien estableció las primeras plantaciones en Sonora en el siglo XVII.

En toda la sierra de Sonora y Chihuahua se encuentran árboles de olivo; la mayoría son de la variedad Misión, que probablemente es la que sembraron los misioneros. Actualmente nadie los explota comercialmente en estas zonas.

Aunque la primera variedad de olivos plantada en México fue la Misión, desde 1920 todas las plantaciones se han establecido fundamentalmente con la variedad Manzanilla. Durante los últimos años también se han establecido Gordales debido a las fuertes primas pagadas por sus productos.

Los olivos que se encuentran actualmente en México tienen una edad comprendida entre 10 y 400 años, pero la mayor parte están entre 30 y 50 años. La franja de producción se ubica entre los 30° y 45° de latitud en ambos hemisferios, encontrándose la región de Caborca, Sonora, en el límite inferior.

La calidad de la aceituna de la Región es de indudable calidad, y es buscada para hacerla en encurtido o aderezo, tanto por compradores nacionales como del país vecino del norte. Este último se constituye por un amplio mercado que podría ser explotado mayormente con aceite de oliva, pues ese país solamente abastece 1% de sus necesidades de aceite.

La cadena productiva del olivo en Caborca comprende todas las actividades relacionadas a la producción, transformación y comercialización del fruto del árbol del olivo, conocido como aceituna. Derivado de este fruto se elaboran dos principales productos: la aceituna de mesa y el aceite de oliva.

4.2. Producción Primaria

La producción de olivo en Caborca se lleva a cabo en una superficie de 1,749 hectáreas sembradas, distribuidas en un total de 45 campos agrícolas, de estos, solamente cinco corresponden al esquema ejidal de tenencia de la tierra y comprenden una superficie conjunta de 306 hectáreas (cuadro 9).

Cuadro 9. Producción de Olivo en Caborca

	Nombre del Predio	Superficie (ha)		Nombre del Predio	Superficie (ha)
1	Agrícola Agua Blanca	101	24	SPR Antonio Esquivel	10
2	Alfonso León Olaiz	13	25	SPR Antonio Martínez	5
3	Campanas del Desierto	38	26	SPR Arroyo Negro del	16
4	Campo Aguilar	150	27	SPR Aurelio Sibrián	9
5	Campo Bellavista	53	28	SPR El Chinobampo	28
6	Campo el Centenario	15	29	SPR El Santo Niño	32
7	Campo el Polvorín	142	30	SPR Elvira Olivia	38
8	Campo Vicente Suárez	14	31	SPR Gilberto Méndez	53
9	Ejido Cerro Blanco	19	32	SPR Guadalupe Martínez	14
10	Ejido El Coyote	114	33	SPR Homero Araiza	18
11	Ejido Morelos	77	34	SPR Ignacio Palacios	12
12	Ejido Oribe de Alba	12	35	SPR Javier Ortiz	37
13	Ejido Último Esfuerzo	84	36	SPR Jesús Araiza	49
14	Escuela de la Y	1	37	SPR Juan Jiménez	72
15	Esquivel Agropecuaria	13	38	SPR Los Renegados	10
16	Familia Bravo	13	39	SPR Luis Guzmán	28
17	Fernando Quintero	11	40	SPR María Damaso	73
18	Humberto Sandoval	24	41	SPR Plan de Agua Prieta	15
19	Las 3 Californias	14	42	SPR Porfiria Tovar	5
20	María I. del Olivo (El	79	43	SPR Reyes Amaya	7
21	María I. del Olivo	162	44	SPR Silvia Elena	27
22	Santa Marlene SPR de	17	45	SPR Agustín Rodríguez	4
23	Santa Matilde	21			
Total: 1,749 hectáreas					

Fuente: Junta Local de Sanidad Vegetal de Caborca, datos para el ciclo 2012.

Históricamente, los rendimientos productivos de estas plantaciones, se sitúan entre las 8 y 10 toneladas por hectárea, aunque su producción suele variar en grandes cantidades de un año a otro, de ésta forma se presentan años con rendimientos de 20 toneladas por hectárea, seguidos por años de hasta 3 o 4 toneladas por hectárea. A este fenómeno se le llama Vecería, y consiste en que tras un año de abundante cosecha de aceituna, sigue otro en el que la cosecha es pequeña, sin que pueda pensarse que este fenómeno se producirá necesariamente de forma bienal (Pérez, 2011).

A pesar de la Vecería, el cultivo del olivo es rentable comparado con otros y se adecúa muy bien a las características de la región. El señor Eduardo Méndez, productor agrícola del campo SPR Gilberto Méndez comenta al respecto:

“el cultivo del olivo es muy noble. Empezamos haciéndole la lucha primero a todo; ya le hicimos mucho la lucha con algodón, con trigo, con sorgo, con cártamo, con cacahuete, con ajonjolí, con sandía, con calabaza, con chícharo, con melón y lo único que nos dio resultado fue el olivo.”³

Cultivar olivo resulta viable en la Región de Caborca, debido a que se trata de una zona con problemas de agua, y es ahí donde los productores observan una gran ventaja, ya que el riego en el árbol de aceituna es mucho menor comparado con otros cultivos de la zona, además de que se trata de un producto cuya demanda internacional va en ascenso, y muestra una clara ventaja en su posición geográfica, al ubicarse cerca del mercado de California, Estados Unidos, lugar donde se encuentran sus principales clientes.

4.2.1. La Planta del Olivo

Las variedades plantadas de olivo en Caborca han cambiado con el paso del tiempo. En un principio, los huertos se componían, en su mayoría, de árboles de la variedad *misión*, la cual se le considera *aceitera*, ya que produce hasta un 22% de aceite. En los años 50 se fueron agregando plantaciones de otras variedades que fueron traídas de España, y que son destinadas a los mercados de aceituna de mesa: Manzanilla y Gordal Sevillana. En menor proporción es posible identificar árboles de las variedades Ascolana, Frantoio, Arbequina, Borouni, Pendolino, Nevadillo, entre otras. En general, la inclusión de estas variedades se hizo buscando satisfacer las necesidades de un sector de clientes norteamericano donde son muy apreciadas.

El patrón de siembra característico de Caborca en relación de variedades aceite de oliva-aceituna de mesa, se manifiesta de manera contraria al comportamiento observado en el resto del mundo; mientras que en Caborca el 90% se destina a la elaboración de aceituna de mesa y un 10% restante a fabricar aceite de oliva, en el resto del mundo, estas proporciones se

³ Fragmento de una entrevista realizada en el campo agrícola SPR Gilberto Méndez en el mes de mayo de 2012

invierten de acuerdo a la información proporcionada por el Consejo Oleícola Internacional (COI, 2007).

4.2.2. Variedades Polinizadoras

El empleo de polinizadores es necesario y constituye la base para obtener una buena producción. El polen de olivo se detecta en la atmósfera durante todo el periodo de polinización que engloba los meses de abril, mayo y junio, también se registran, aunque de manera esporádica, reconocimientos durante el otoño. Las concentraciones mas elevadas se registran generalmente durante el breve periodo de polinización, correspondiente a la primera quincena de mayo, sin embargo se presentan algunas variaciones de acuerdo a la climatología de la temporada de cada zona de cultivo, entre otros factores (COI, 2007).

En Caborca, los huertos de olivo, en mayor o menor medida, se recurre a la polinización artificial, que consiste en la adquisición polen a un costo aproximado de 1,200 dólares el kilogramo. La adquisición de polen en el mercado obedece a la transformación del patrón de variedades de olivo, y a plantaciones monovarietales, lo que elimina la posibilidad de una *polinización cruzada*, entendida ésta como el transporte de polen de una planta a otra de una variedad diferente; por lo general, las variedades polinizadoras para árboles destinados a producir aceituna de mesa son aquellas que se utilizan para la elaboración de aceite de oliva, y como ya se mencionó, en Caborca actualmente son pocas las plantas destinadas a este fin.

Si bien es cierto, que en los huertos de olivo existen árboles polinizadores, éstos representan alrededor del 3%, 5% o tal vez 10% en el mejor de los casos, lo cual resulta insuficiente y hace necesario la compra de polen. El Dr. Rogelio Juárez González, Académico con el mayor reconocimiento en temas de olivo (comunicación personal, mayo de 2012), expone que es necesario que por lo menos que el 20% de los árboles sean variedades polinizadoras; adicionalmente advierte que el polen adquirido por los

productores en Estados Unidos, en ocasiones tiene hasta un año recolectado, lo cual puede influir en la calidad de la producción

La cantidad de polen aplicada dependerá de la especie, de la viabilidad del polinizador y en gran medida del método de aplicación (Cuevas y Pinillos, 2006). En Caborca, la mayoría de los productores utilizan aspersores mecánicos para distribuir el polen. El señor Gilberto Méndez señaló que en su campo (53 hectáreas) utilizaba alrededor de 7 kilogramos de polen en un año (comunicación personal, mayo de 2012),. Si bien es cierto, este dato no permite generalizar, ya que cada huerto tiene un porcentaje diferente de árboles polinizadores, sirve para dar una idea del costo que representa la polinización artificial, ya que el gasto en polen para las 53 hectáreas es de aproximadamente 8,400 dólares; en pesos mexicanos, a un tipo de cambio de \$12.50 por dólar, estamos hablando de 105 mil pesos. Este costo variable bien podría evitarse si se optara por cumplir con los requerimientos naturales de un mínimo de 20% de variedades aceiteras, cuyo fruto a su vez, puede ser utilizado en la elaboración de aceite de oliva.

4.2.3. Densidad de Plantación y Poda.

Cuando las disponibilidades de agua y nutrientes son eficientes, la luz puede ser el factor que limite la producción y la calidad de las mismas. Es necesario disponer de la máxima superficie foliar correctamente iluminada, ya que le permite a la planta interceptar la mayor cantidad posible de radiación (Civantos, 1996). La forma de conseguir esto puede ser a través de una adecuada densidad de plantación, una apropiada ubicación de las plantas en el terreno y una correcta poda de formación y fructificación.

En la mayoría de los países productores de aceituna, la densidad de plantación está relacionada con la pluviometría registrada en esos lugares, esto debido a que no se acostumbra el riego de los cultivos. De esta forma, en lugares donde se registran lluvias inferiores a los 200 mm por año, es posible encontrar árboles con un marco de separación de 24 metros (Civantos, 1996). En el caso de Caborca, existen sistemas de riego, por lo

que si bien es cierto, las precipitaciones pluviales son importantes, éstas pasan a segundo término al momento de determinar la densidad de plantación.

En la olivicultura tradicional es normal el empleo de marcos amplios de plantación, con densidades iguales o inferiores a 100 olivos por hectárea, y en Caborca este patrón es predominante, ya que en varios campos olivícolas es posible observar un espacio de 10 metros entre un árbol y otro; por lo general se trata de plantas de más de tres metros de altura y de gran follaje, de tal forma que a pesar de su separación, en ocasiones se originan sombreamientos recíprocos entre árboles adyacentes.

Para evitar que un árbol pueda sombrear a otro es necesario el realizar la poda de plantas regularmente. Si no se controla con la poda, el árbol de olivo puede llegar a medir hasta más de 10 metros de altura, lo que complica enormemente la cosecha. El árbol moderno no debe superar la altura de 3.5 a 4 metros y el diámetro de la sombra de 5 a 5.5 metros (ASERCA, 2007). En la Región de Caborca, la pizca de aceituna se realiza de forma manual en algunos campos de olivo, y debido al tamaño de los árboles resulta muy difícil el recolectar el 100% del fruto. Si bien es cierto, que se ha incorporado el uso de vibradores mecánicos y que se cuenta con escaleras diseñadas para la pizcar aceituna, la frondosidad de algunas plantas impide la correcta cosecha del producto. Hay casos en los cuales hasta un 20% del fruto no se recolecta.

Se observan también plantaciones recientes con una mayor densidad por hectárea. Siguiendo ejemplos de otros países y recomendaciones emitidas por organismos internacionales, algunos productores empezaron a sembrar bajo un marco de 6 x 6 o bien 7 x 7 metros, aumentando así el número de árboles plantados, los cuales tenderán a ser de menor tamaño, cuidando su crecimiento por medio de un buen control en la poda. Un ejemplo de este tipo de plantación es el “Campo Aguilar” donde recientemente se incrementó la superficie de cultivo bajo una densidad de 200 olivos por hectárea.

4.2.4. Uso de Agua y Sistemas de Riego

En Caborca, el agua es un tema de suma importancia, ya que se considera un recurso por demás escaso. En estas condiciones, el cultivo del olivo resulta idóneo para la Región, ya que una lámina de riego de 800 mm puede ser suficiente para la obtención de un fruto de buena calidad. Este dato contrasta, entre otros, con el espárrago, uno de los cultivos predominantes, el cual utiliza una lámina que va de los 2,700 a los 3,100 mm (Bojórquez, 2008).

Juan Carlos Aguilar, ex dirigente de la Asociación de productores de olivo, estima que en Caborca, alrededor del 90% de la superficie cultivada árboles de aceituna cuenta con sistemas de riego tecnificado, en su mayoría por goteo, lo que permite hacer un uso más eficiente del vital líquido (comunicación personal, mayo de 2012).

Tal vez el problema que más afecta en sí a la planta relacionado con el uso del agua es la humedad del suelo ocasionada por malos sistemas de drenaje. Esta humedad puede ocasionar en algunos casos asfixia de la planta y ocasionar que se seque. La humedad se presenta con mayor frecuencia cuando no se tiene un sistema de riego tecnificado, optando por sistemas de gravedad e inundación.

En general, el tema del uso del agua si bien no se puede considerar como un factor crítico, si debe ser tomado en cuenta, ya que se trata quizás del insumo más escaso. La mayoría de los productores entrevistados, al preguntarles qué es lo que necesitan para incrementar su superficie sembrada coincidieron en la necesidad de un permiso para extracción de agua en un pozo adicional; de esta forma queda claro que en Caborca el agua puede considerarse una limitante.

4.2.5. Plagas y Enfermedades

En el presente, los aspectos fitosanitarios toman especial relevancia entre los factores de producción que afectan a la calidad de las aceitunas y del aceite, así mismo a la gestión de los recursos naturales, más aún, en un contexto internacional actual que concede la mayor importancia a la

inocuidad y a todos los aspectos relativos a la calidad de los productos, regida por normas internacionales cada vez más restrictivas en lo referente al uso de productos agroquímicos (COI, 2007).

En Caborca, una de las principales preocupaciones que atañe a quienes se dedican al cultivo de aceituna es la mosca del olivo (*dacus oleae*). Todos y cada uno de los productores entrevistados mencionaron que uno de los principales problemas de la Región es su propagación y lo ven como una fuerte amenaza que puede incluso acabar con gran parte la producción. De igual forma señalan lo sucedido en Baja California Norte, donde la mosca del olivo ha significado considerables pérdidas económicas, y ven con temor que esta situación pueda reproducirse en su territorio.

Para el caso de la Región, desde hace algunos se toman medidas para impedir su expansión en la zona y existe un fuerte apoyo en plaguicidas por parte de la Junta Local de Sanidad Vegetal de Caborca, la cual anualmente gestiona y destina una fuerte cantidad de dinero para prevenir esta plaga.

Sin embargo, el Dr. Rogelio Juárez González (comunicación personal, mayo de 2012), menciona que:

*"el miedo a la mosca no tiene razón de ser, ya que debido a las condiciones climáticas de la Región, la cual presenta temperaturas que llegan en ocasiones a ser superiores a los 40 grados, la propagación de la mosca es muy difícil..."*⁴

En concordancia con lo dicho por el Dr. Juárez González, el COI publica en su libro Enciclopedia Mundial del Olivo, información técnica respecto a la mosca del olivo, la cual confirma que es muy difícil su propagación en la Región, ya que el periodo de desarrollo embrionario depende directamente de la temperatura. De manera que los límites térmicos inferior y superior de esta fase están constituidos por temperaturas entre los 10 y los 31 grados centígrados. Agrega además, que por encima de los 31 grados centígrados, existe una gran mortandad de la especie (Crovetti, 1996).

De esta forma, se hace necesario el realizar una verdadera evaluación de los alcances y riesgos de esta plaga en la Región, ya que si bien es cierto,

⁴ Fragmento de una entrevista realizada en el mes de mayo de 2012.

nunca está de más el prevenir, es posible que se le dé importancia a un problema que en verdad no existe y para el cual se destinan recursos económicos, que si bien no representan un costo directo al bolsillo de los productores, sí constituirían un costo de oportunidad de utilizar esos recursos en algo más.

Otro problema relacionado con el olivo es el que se están secando bastantes árboles. En algunos casos se está perdiendo hasta el 15% de huertos sembrados. La mayoría de los productores asegura que el problema se debe a una enfermedad conocida como Verticilosis, la cual puede producir la muerte de árboles enteros o la seca de ramas y es causada por el hongo *Verticillium dahliae*, el cual puede atacar a una amplia gama de cultivos tanto leñosos como herbáceos y a malas hierbas (Ladux, 2008).

Al igual que en el caso de la mosca del olivo, este tema divide opiniones, ya que hay quienes aseguran que no se trata de Verticilosis, sino de algo más. El señor Luis Chávez Vázquez, (comunicación personal, mayo de 2012), administrador de la empresa Campanas del Desierto, principal acopiador de aceituna de la Región y productores de 38 hectáreas de olivo, mencionó que se realizaron estudios para determinar la razón por la cual se estaban secando árboles y se obtuvo como resultado que no es verticilosis, contrario a lo que la mayoría piensan.

Por su parte, el Dr. Juárez González, quien también coincide en que no es un problema causado por el hongo *verticillium*, agrega que en algunos casos, el problema de origen es asfixia de la planta, ocasionado por la acumulación de sales en el suelo a lo largo de los años, y menciona además, que de preferencia se debe buscar la manera de iniciar plantaciones en otro lugar, y no donde se están secando los árboles (comunicación personal, mayo de 2012).

Tal vez este problema de asfixia y de acumulación de sales en el suelo explique el por qué la mayoría de los árboles que se están secando cuentan con una antigüedad mayor a los 15 años, o bien, se localizan en huertos donde anteriormente estuvo plantado otro árbol.

La realidad de las cosas es que en Caborca los huertos de olivo cumplen con estándares fitosanitarios muy buenos y la mayoría se encuentran libres de plagas y enfermedades, situación envidiable tanto por otras regiones en México, como Baja California, así como a nivel internacional, donde tienen que lidiar con varios inconvenientes en este tema.

La cuestión a destacar en este apartado, y que quizás no es un factor crítico, es la desinformación que existe entre los productores, la cual se convierte en miedo e incertidumbre y genera confusión. Es necesario avanzar en investigación en temas de inocuidad y control de plagas, pero también debe existir la difusión del conocimiento que se genere, ya que de lo contrario, de nada sirve éste.

4.2.6. Recolección del Fruto y Generación de Empleo.

La recolección de aceituna es una de las operaciones de mayor trascendencia en el cultivo del olivo, ya que una acertada elección de la forma y del momento en que se lleva a cabo, tiene gran influencia en la cantidad y en la calidad de la cosecha del año, en el costo de producción y también en cosechas venideras (Civantos, 1996). En Caborca, la recolección se efectúa entre los últimos días del mes de julio y principios de octubre. A veces pueden variar las fechas, dependiendo del volumen de la producción, pero según comentan los propios productores, el periodo de pisca tiene una duración de entre dos y dos meses y medio.

Los métodos de cosecha de aceituna, son en su mayoría manuales, ya que un gran número de productores optan por el método tradicional de la pisca, aunque en los últimos años se ha comenzado a introducir el uso de vibradores, los cuáles son un método mecánico que facilita la tarea de recolección y reduce la cantidad de mano de obra utilizada. Sin embargo, los vibradores no derriban el 100% de la aceituna, por lo que sigue siendo necesario el recolectar de forma manual.

Según información proporcionada por los productores de olivo, durante la recolección, se requiere por hectárea en promedio poco más de dos jornales

al día durante un lapso aproximado de 2 meses y medio. Para el año 2012 existe una superficie sembrada de 1,750 hectáreas de olivo, en la cual se van a generar más de 3,500 empleos por un lapso de 75 días. Además de generar empleos en su recolección, los campos olivícolas cuentan con personal de planta que labora durante todo el año, el labores de riego, poda, fertilización, entre otras. Se estima que por cada 10 hectáreas, existe un trabajador permanente, de tal forma que se generan alrededor de 175 empleos fijos directos al año, sólo en la producción primaria.

La aceituna recolectada es puesta en contenedores de plástico y de ahí trasladada al acopiador, o bien, se somete a un proceso de agregación de valor.

4.3. Transformación

La fase de transformación de la aceituna tiene dos vertientes: aceituna de mesa en conserva y aceite de oliva. En Caborca, aproximadamente un 10% de la aceituna pasa por un proceso de agregación de valor; el resto es vendida en verde a Campanas del Desierto, empresa acopiadora de la Región, que a su vez, la envía a Estados Unidos.

Son pocos los esfuerzos por procesar aceituna de mesa, ya que existe mucha desconfianza entre quienes producen olivo, así como un temor a invertir y obtener pérdidas económicas en este negocio. Actualmente, sólo 4 productores dan el siguiente paso a la fase primaria, agregando valor a su producción (Cuadro 10).

Cuadro 10. Productores Locales que Procesan Aceituna

Productor/campo	Volumen procesado (toneladas anuales)	Mercado final
Aníbal Araiza Murrieta	150	Culiacán, Los Mochis
Jesús Rascón	100	Hermosillo, Culiacán
Campo María Isabel del Olivo	300	Mérida
Bernardo Araiza Murrieta	150	Culiacán, Los Mochis
Total	700	

Fuente: Sistema Producto Olivo Caborca, 2012:17

Aníbal Araiza (Comunicación personal, mayo de 2012), productor primario y quien además se dedica a la transformación y comercialización de aceituna a través de la marca “Aceitunas Araiza”, señala que:

“Uno de los principales problemas y la razón por la que nadie se mete a hacer aceituna en salmuera es porque no hay mercado, nadie te la quiere comprar en México o luego te salen con que está muy cara. Yo tengo unos clientes con los que me ha ido bien, pero si un día ya no la quieren no sé que voy a hacer con ella...”⁵

Al cuestionar a diversos productores sobre el por qué no procesar ellos la aceituna que producen y obtener así una mayor ganancia, en lugar de venderla en fresco a un acopiador, la mayoría coincidieron en que es riesgoso, además de que no tienen dinero para invertir y el gobierno no les ofrece este tipo de apoyos para salir adelante. El señor Ascensión Martínez, del campo María Damaso, quien acaba de adquirir un pequeño equipo para elaborar aceite de oliva, señala que hace falta apoyos gubernamentales y un mayor financiamiento que les permita salir adelante en sus actividades.

Argumentos como los anteriores son comunes entre los productores, pero lo cierto es que en realidad no se trata de la falta de un mercado donde colocar su producto, sino de saber cómo colocarlo. El señor Francisco Figueroa, de la empresa Aceites y Derivados, se dedica a la elaboración de aceite de oliva bajo la marca JOVANNI, señala que el aceite que ellos producen ha tenido gran aceptación, e incluso se recibió una propuesta de parte de una cadena de restaurantes para surtir el aceite de oliva que requieren, pero lamentablemente no se cuenta en Caborca ni con la maquinaria necesaria ni con la producción de aceituna suficiente para elaborarlo. Además, la mayoría de los productores tienen por anticipado comprometida la venta de su producción a Campanas del Desierto (comunicación personal, mayo de 2012).

La elaboración de aceite de oliva constituye así una enorme oportunidad para los productores de olivo, la cual permitiría incrementar sus ingresos, también contribuiría a generar empleos en la Región, tanto directos como indirectos; para que ésto suceda es necesario por una parte, el volver a

⁵ Entrevista realizada en Caborca, Sonora. Mayo de 2012.

plantar olivos de variedades aceiteras, y también crear sinergias entre los productores, de tal suerte que sea más fácil ser sujetos de crédito.

4.4. Comercialización

La fase de comercialización de aceituna en Caborca es muy sencilla, ya que el 90% de la producción en verde es comprada por la empresa Campanas del Desierto, principal acopiador de la Región, el cual constituye un monopsonio, al ser el único comprador de la producción. Como en cualquier mercado, la figura de un monopolio o un monopsonio representa una falla, ya que este tipo de figuras suelen tener ventaja al momento de establecer precios.

Campanas del Desierto, una vez que adquiere la producción de aceituna, realiza un rápido proceso de separación por tamaños y la envía a California, Estados Unidos, lugar donde se llevan a cabo los procesos de agregación de valor del producto, al convertirlo en aceituna de mesa.

Históricamente, el precio que el acopiador paga por una tonelada de aceituna en Caborca, es menor que el que recibirían los productores si ellos colocaran directamente su cosecha en California. En promedio, en los últimos 15 años, el precio medio rural por tonelada de aceituna en verde es poco más de 200 dólares menor en Caborca comparado con el de California (Cuadro 11).

Cuadro 11. Olivo: Diferencial de Precios Pagados al Productor de Caborca Respecto al Precio de California EEUU, 1995-2010

Año	Precio		Diferencial	
	México	California	Dólares	%
1995	339.1	810.3	471.2	58%
1996	374.1	826.6	452.5	55%
1997	546.1	592.9	46.8	8%
1998	437.5	566.1	128.6	23%
1999	418.0	540.3	122.3	23%
2000	426.2	635.9	209.7	33%
2001	444.8	593.1	148.4	25%
2002	422.8	533.4	110.6	21%
2003	309.6	505.4	195.9	39%
2004	410.5	632.4	221.9	35%
2005	347.9	656.7	308.8	47%
2006	462.6	854.7	392.2	46%
2007	582.0	654.0	72.0	11%
2008	543.4	697.0	153.6	22%
2009	481.2	696.0	214.8	31%
2010	554.2	682.0	127.8	19%
Promedio	443.7	654.8	211.1	31%

Fuente: Salazar, 2009; USDA, 2012; SIAP SAGARPA, 2012

Uno de los argumentos del por qué en California es más elevado el precio de la aceituna, según comenta el administrador de Campanas del Desierto, es el hecho de que en México la mano de obra es más barata; mientras que en Caborca se paga 150 dólares la pesca, en California el precio de la mano de obra es de alrededor de 400 dólares, justificando así la costeabilidad para el productor local a pesar de la diferencia de precios.

Otro argumento es el de transporte, ya que la empresa acopiadora se encarga de trasladar el producto hasta Corning, California, y la aceituna debe ser entregada en un lapso menor a 48 horas de su cosecha. En ocasiones han existido retrasos en retenes militares o con las condiciones climáticas, lo que le ha originado pérdidas económicas a Campanas del Desierto, y las cuales no repercuten a los productores primarios.

Además de ser el principal (y único) cliente, Campanas del desierto se convierte en un proveedor y acreedor de los productores olivícolas, ya que ante la falta de apoyos económicos de instancias gubernamentales y de créditos tanto de la banca de desarrollo como de la banca comercial, los

agricultores recurren a esta empresa para que les ayude a costear sus gastos. Desde hace años paga los recibos de luz eléctrica, y en ocasiones les surte el polen necesario para sus huertas de olivo. De esta forma es como compromete a los productores a venderle su aceituna, ya que de entrada, una parte de la cosecha es utilizada para pagar las deudas adquiridas; además, de no venderle su producción, un productor perderá los apoyos que le brinda Campanas del Desierto y le permiten sacar adelante sus campos olivícolas.

El objetivo aquí no es satanizar la figura del acopiador, o decir que gracias a esa empresa los productores primarios no pueden dar el siguiente paso hacia la agregación de valor y/o la comercialización de sus productos en otros mercados y a precios competitivos. Campanas del Desierto es una empresa privada que al igual que cualquier otra tiene fines de lucro, y encontró en el olivo una oportunidad de negocio.

Al hacer el análisis, de entrada uno se encuentra con que si no existiera Campanas del Desierto, tal vez muchos productores ya no contarán con huertos de olivo, debido a su poca capacidad financiera para solventar gastos de producción, o bien, a que no conocen la forma de llegar a un mercado fuera de Caborca en el cual colocar su producción, ya sea en verde o después de un proceso de agregación de valor.

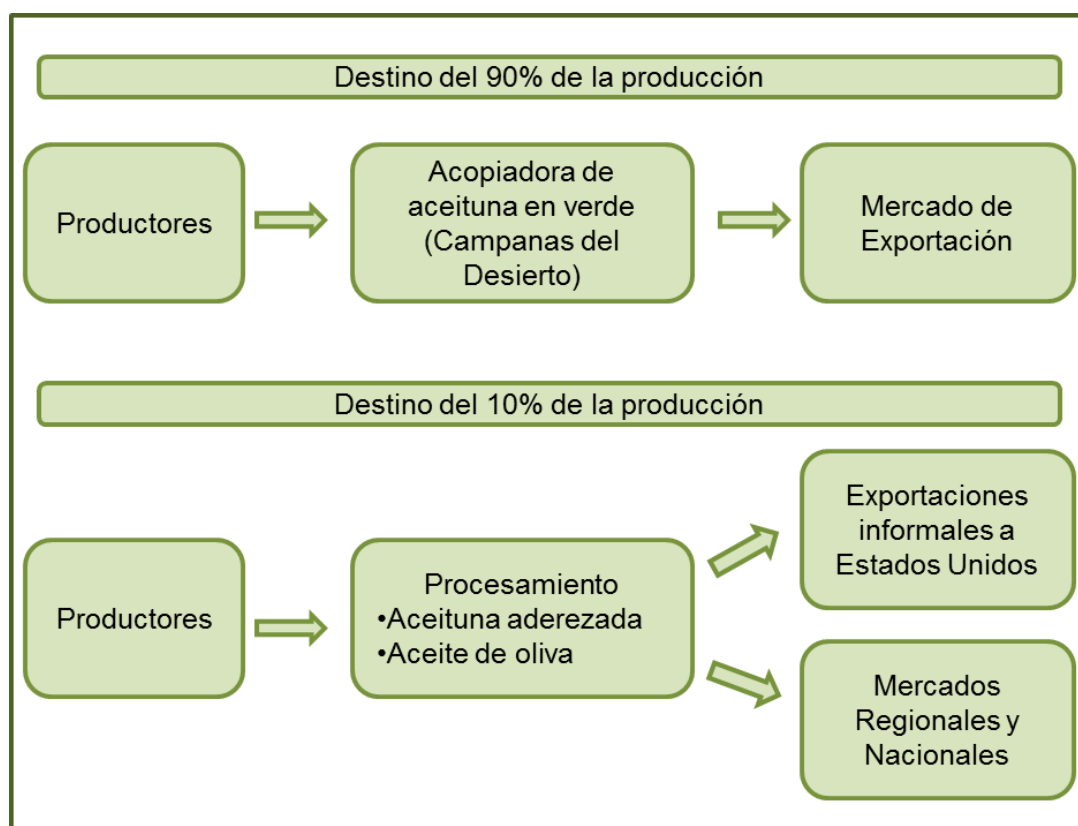
Algunos productores manifestaron sentirse “muy cómodos” con el esquema actual y el lugar que ocupan dentro de la cadena del olivo, sobre todo aquellos cuyos huertos se encuentran por encima de las 50 hectáreas, pero para pequeños productores, aquellos que se encuentran en un ejido, resulta poco beneficioso el vender su producción debajo del precio de mercado y en verde, sin ningún valor agregado.

En la actualidad, los productores ven a Campana del Desierto como la única posibilidad de vender su cosecha, aunque reconocen que les gustaría tener posibilidades de expandir sus mercados, sólo que no saben cómo hacerlo, y algunos incluso mencionan que no hay demanda suficiente para la aceituna en México y no vale la pena arriesgarse. La realidad es que en el país, el

mercado de los productos del olivo se satisface casi en su totalidad con mercancía del extranjero, tal y como ya se demostró en el capítulo 2 de esta tesis.

El 10% restante de la comercialización de aceituna, corresponde a productores que se dedican a agregar valor a su producción, ya sea como aceituna en salmuera o bien, aceite de oliva. La figura 11 muestra los canales de comercialización de aceituna de Caborca.

Figura 11. Canales de Comercialización de Aceituna en Caborca, Son.



Fuente: Salazar, 2009

4.5. Actores Locales de la Cadena Productiva

En la cadena del olivo se distinguen principalmente los siguientes tipos de actores:

- Productores Primarios; dedicados exclusivamente a las cuestiones de siembra y recolección de aceituna, y cuyo destino final de su producción es la venta a un acopiador, por lo general, Campanas del desierto.
- Productores primarios que participan en procesos de agregación de valor; destinando una parte o toda su cosecha a procesar aceituna, ya sea en salmuera o bien, elaborando aceite de oliva.
- Procesadores de materia prima; en este grupo se encuentran aquellos que si bien no se dedican a la producción primaria de aceituna, sí participan en procesos de agregación de valor. En este reducido grupo se encuentra la empresa Aceites y Derivados, que se dedica a la elaboración de aceite de oliva, así como pequeños comerciantes que la mayor parte de su producto procesado lo venden de manera informal.
- Comercializadores de aceituna; principalmente Campanas del Desierto, encargada de acopiar y enviar el 90% de la producción en verde a Estados Unidos. También se puede incluir en este grupo a aquellos productores que además de participar en procesos de agregación de valor, llevan a cabo la comercialización y venta de sus productos.
- Actores que forman parte del entorno de la cadena productiva; en este grupo participan aquellos actores que de manera indirecta intervienen en algún segmento de la cadena. Instituciones del sector ciencia y tecnología como INIFAP y CIAD, organismos de gobierno en cualquiera de sus tres niveles tal es el caso de SAGARPA, SAGARPHA Sonora y Sanidad Vegetal. La banca de desarrollo conformada por FIRA, Financiera Rural, entre otros.

Los tres primeros grupos de actores locales, manifiestan en primer plano la misma necesidad: apoyos económicos y ser sujetos de créditos en la banca de desarrollo. Los productores primarios que únicamente se dedican a cosechar y vender aceituna en verde, prefieren seguir bajo el este esquema antes de arriesgarse a procesar sus productos o bien llevarlos ellos mismos al mercado norteamericano. De entrada porque no cuentan con los recursos

económicos para invertir en su negocio, y en segundo lugar porque dice que es muy difícil el vender su aceituna.

Esto nos lleva en parte a un problema de falta de capitalización de los productores, pero también se nota la falta de cultura empresarial, ya que muy pocos conocen la dinámica del mercado del olivo, tanto en México, así como en Estados Unidos, uno de los mercados más grandes del mundo y con una mayor demanda.

Actualmente existe la Asociación de Productores de Olivo, la cual, según indican sus propios afiliados, únicamente tiene como función el ser un intermediario entre Campanas del Desierto y productores de olivo. EL señor Eduardo Méndez (Comunicación personal, mayo de 2012) se expresa así sobre la Asociación: “no sirve de nada, es de membrete únicamente, ahí estamos desde hace rato pero no hay ningún beneficio, es como si no existiera”. Por su parte el señor Ascensión Martínez (Comunicación personal, mayo de 2012) señala que: “la Asociación de Productores debería de preocuparse por buscar la manera de que generemos valor agregado a la aceituna de nosotros, pero no se le ve por ningún lado”.

De esta forma, Se observa la falta de una verdadera asociación entre los productores, ya sea un organismo oficial establecido, o al menos la creación de sinergias entre un grupo en el que exista confianza y elimine costos de transacción, de tal manera que conformen un bloque del cual obtengan beneficios que en lo individual no podrían conseguir.

Otro problema que afecta a los productores es la desinformación, ya que según mencionan, hace falta más apoyo en investigación por parte del INIFAP, así como difusión sobre posibles enfermedades o plagas que se puedan presentar, para evitar situaciones como el que se sequen árboles y no saber por qué. En el Cuadro 12 se presentan los programas de fomento al sector agropecuario de los cuales pueden ser beneficiarios los productores de olivo.

Cuadro 12. Instancias con programas de fomento al sector agropecuario en Sonora

Instancia	Tipo de apoyos o programas
Fundación Produce INIFAP	<ul style="list-style-type: none"> • Programas para la investigación y transferencia de tecnología para apoyar a los productores en sus diferentes necesidades para la producción. • Apoyo a la solución de problemas que afectan directamente a la economía de los productores.
SAGARPA (Federal)	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo para proyectos agroindustriales y comerciales. • Apoyo en la producción, además de otros programas que impulsen la inversión de tecnología. • Apoyo a organizaciones inteligentes de los productores, representación y diferentes apoyos.
SAGARPHA (Estado de Sonora)	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a la organización e integración de los productores. • Vinculación en los diversos programas de fomento a la inversión.
FIRCO	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de la inversión para el valor agregado mediante mecanismos de financiamientos. • Apoyos a la asistencia técnica y proyectos ligados a la Inversión.
CONACYT	<ul style="list-style-type: none"> • Fondos mixtos dirigidos a la Innovación, desarrollo y tecnología.
Financiera Rural	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo para financiamiento para asistencia técnica.
FIRA	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyos para financiamientos mediante intermediarios bancarios y no bancarios. • Apoyo para diversos proyectos y asistencia técnica.
Bancomext	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo para la exportación, financiamiento y promoción.
Secretaría de Economía	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo para equipamiento e inversión, así como el de la promoción y desarrollos de diferentes mercados. • Apoyo para la certificación de diferentes áreas empresariales.

Fuente: Sistema Producto Olivo Caborca, 2012:31

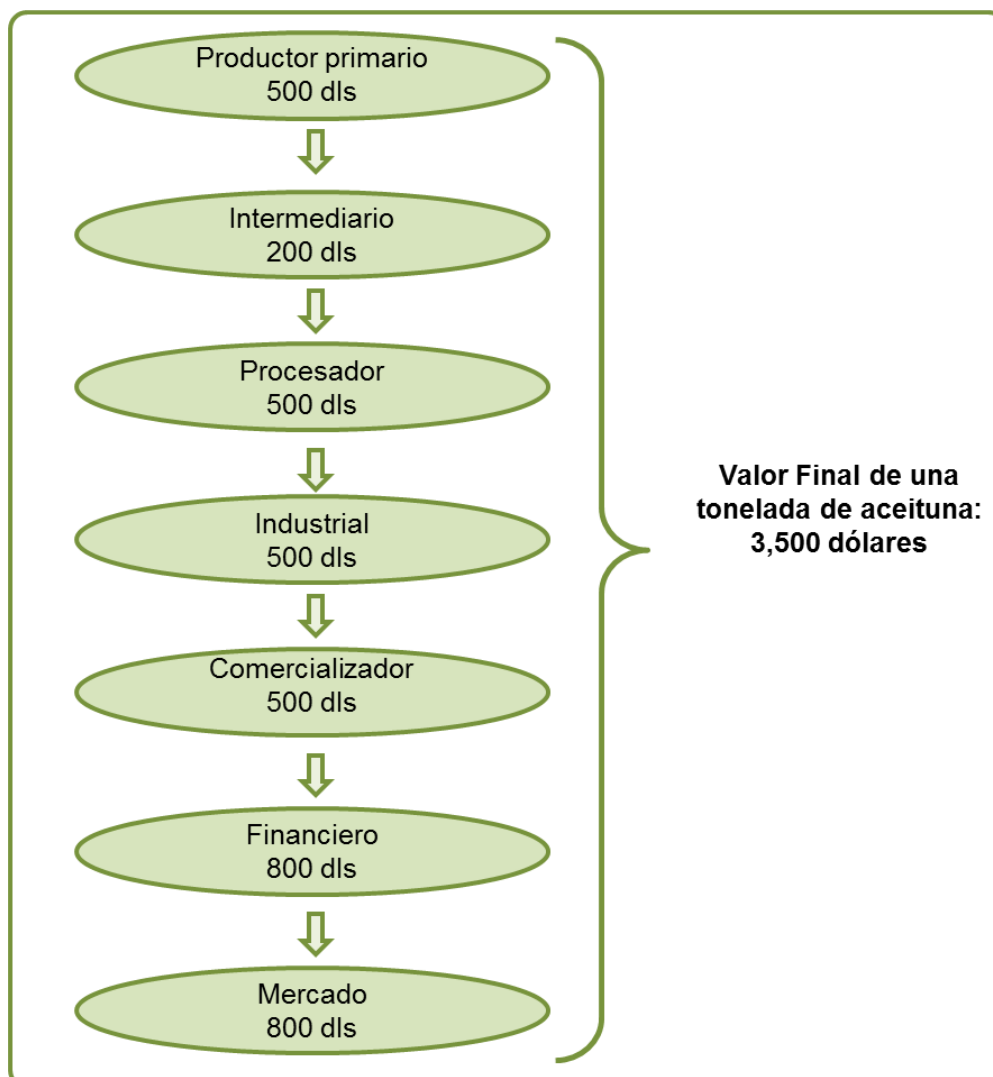
El problema de fondo no es la inexistencia de diversos apoyos para la producción y en capacitación, las molestias se deben al desconocimiento que existe acerca de los mismos, en parte ocasionado por la dispersión y desorganización de los propios productores.

Un actor local de gran importancia en la Región es el acopiador, la empresa Campanas del Desierto, la cual fija el precio de compra a los productores por

debajo de los precios de California y goza de la ventaja de saber que si un productor no le vende su aceituna, corre el riesgo de que la producción se pierda. Es necesario crear las condiciones para que exista una mayor equidad al momento de fijar el precio de venta de aceituna. Sin duda, el incrementar el número de compradores sería una medida saludable, la cual fomente la competencia y permita a los productores obtener mayores dividendos.

La Figura 12 muestra cómo se distribuye el valor generado por una tonelada de aceituna producida en Caborca. Se puede observar claramente la poca participación dentro de la generación de valor que tienen los productores primarios, al obtener sólo 500 dólares por tonelada, resultado de la venta en fresco al acopiador o intermediario. El resto de las actividades de agregación de valor se llevan a cabo fuera del país, de tal forma que una buena parte de los empleos generados y la derrama económica que dejan las actividades relacionadas al olivo, no representan ningún beneficio para la región.

Figura 12. Distribución del valor de una tonelada de aceituna de Caborca (dólares americanos)



Fuente: Esquema proporcionado por el Dr. Rogelio Juárez González

Es ahí donde radica la importancia de impulsar procesos de transformación y comercialización liderados por actores locales, los cuales generen mejores condiciones socioeconómicas para un sector importante de la población en Caborca.

Finalmente están los actores locales que conforman el entorno de la cadena productiva. Instituciones del sector ciencia y tecnología son un pilar importante para que la cadena productiva del olivo se vuelva más eficiente día a día; de ahí la importancia de que instituciones como INIFAP, CIAD e incluso la propia Universidad de Sonora dediquen espacio en sus investigaciones a diversos temas relacionados con el olivo. Actualmente, es INIFAP la institución que más trabaja de la mano con los productores, pero

como ellos mismos señalan, es muy poco el apoyo y orientación que reciben.

Por su parte, en la cuestión gubernamental, los productores señalan recibir ayuda principalmente de la Junta Local de Sanidad Vegetal de Caborca, la cual les ayuda principalmente a controlar la plaga de la mosca del olivo. De igual forma, señalan el fuerte apoyo de SAGARPA en la modernización de los sistemas de riego y bombeo de agua, lo cual actualmente les ha ayudado no sólo a utilizar menos cantidad de agua por hectárea, sino también a reducir sus costos de electricidad.

En relación al cultivo de aceituna, la banca de desarrollo deja mucho que desear, ya que los productores de olivo se quejan de que constantemente les niegan créditos. De igual manera les causa molestia el hecho de no ser sujetos del subsidio otorgado a través de PROCAMPO. Otro problema relacionado con la banca es el alto costo de asegurar su producción, además de que dichos seguros no son válidos en todos los casos.

4.6. Análisis FODA de la Cadena Productiva del Olivo

Derivado del trabajo realizado en visitas de campo, entrevistas semiestructuradas a productores y especialistas en temas de olivo, así como la revisión de antecedentes y talleres participativos creados anteriormente se desprende el siguiente análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para la cadena del olivo.

4.6.1. Fortalezas

- Disponibilidad regional de material genético de alta calidad.
- Potencial productivo hasta de 18 toneladas por hectárea.
- Se cuenta con más de 1,750 hectáreas activas de huertos de olivo.
- Elevada participación en la producción olivícola nacional (60%).
- Producción especializada en variedades manzanita y misión, aclimatadas a la Región.

- Recursos Humanos especializados en labores culturales olivícolas. Sentido de pertenencia entre los productores.
- Reconocimiento de la calidad en la aceituna regional.
- Condiciones agroclimáticas óptimas para olivicultura.
- Mayoría de los huertos libre de plagas y enfermedades.
- Reconocimiento del estatus fitosanitario regional.
- Potencial para producción olivícola orgánica

4.6.2. Debilidades

- Altos costos y Bajos Rendimientos productivos en algunos huertos
- 40% del huerto olivícola improductivo
- Estrecha cobertura crediticia e Insolvencia financiera
- Limitada cultura empresarial
- Desinformación sobre canales de comercialización
- Tecnología oleica y de conservas artesanal
- Atomización de la oferta de aceitunas
- Oferta olivícola poco diversificada y a baja escala
- Variedades de aceituna oleica escasas.
- Limitada experiencia en comercialización directa.
- Nula organización entre los productores primarios.
- Existencia de un solo comprador de aceituna en fresco, los productores no pueden influir en la fijación del precio de venta de su producto.
- Sobreexplotación de mantos freáticos.

4.6.3. Oportunidades

- Cercanía geográfica con el mercado de E.U.A., especialmente el de California.
- Demanda gastronómica estilo mediterránea, de la cual los productos del olivo forman parte importante.
- Proximidad a áreas de concentración poblacional, tanto en nuestro estado, así como en Arizona y California.

- Demanda de emergente en las cadenas comerciales.
- Incremento sostenido del consumo de oliva.
- Desarrollo tecnológico disponible.
- Demanda de productos orgánicos en expansión.
- Acceso a infraestructura agroexportadora.
- Acceso a capacitación.
- Demanda olivícola estadounidense insatisfecha.

4.6.4. Amenazas

- Dumping de aceitunas de mesa provenientes de otros países.
- Incremento en el costo de los insumos.
- Incremento de la competencia externa.
- Costos de energía eléctrica.
- Políticas de subsidio a la producción primaria no favorables.
- Importante crecimiento en la inseguridad.
- Aceites Adulterados y desinformación sobre calidades.
- Secuelas de la crisis económica mundial, periodo de recesión económica.
- Falta de acceso a créditos.
- Inexistencia de una norma de calidad oleica.

4.7. Estrategias Generales de Acción Orientadas a la Conformación de Condiciones para la Proyección de Acciones de Transformación y Comercialización Sustentables.

4.7.1. Estratégias para Consolidar Fortalezas y Aprovechar Oportunidades

- Establecimiento de un programa de plantaciones de nuevos huertos bajo el enfoque de Agricultura orgánica
- Programa de capacitación y apoyos enfocados al incremento (sustentable) de los rendimientos de 5 a 15 toneladas por hectárea

- Programa de Marketing Nacional e Internacional difundiendo la calidad de los productos oleicos originarios de Caborca.
- Acreditar las variedades de olivo características de Caborca
- Implementar alianzas estratégicas con otros productores hortofrutícolas regionales con experiencia en manejo de infraestructura y canales de comercialización hacia Norteamérica.
- Establecimiento de una Unidad de negocios enfocada a impulsar la comercialización de los productos Olivícolas regionales bajo un enfoque estratégico.

4.7.2. Estrategias para Revertir Debilidades Capitalizando Oportunidades

- Programa intensivo de plantación de huertos de aceitunas con variedades oleicas
- Incrementar la capacidad industrial implementando estrategias de transferencia tecnológica a PYMES, enfocadas a la diversificación de productos olivícolas: aceites, conservas, cosméticos, fármacos, etc.
- Establecer un programa de innovación tecnológica en Alianza con el sector de C y T. regional, atendiendo la creación de nuevos productos (geles, ungüentos, fármacos), vida de anaquel (empaques), calidad (inocuidad, identificación de propiedades organolépticas, etc).
- Desarrollar maquinarias específicas para el sector olivícola especialmente para conservas.

4.7.3. Estrategias Para Eliminar Amenazas Potenciando Fortalezas

- Implementar en coordinación de los distintos niveles de gobierno y el resto de actores productivos, un plan anti crisis sustentado en las ventajas comparativas y la construcción de ventajas competitivas de la actividad olivícola regional.
- Gestionar un programa de capacitación y apoyos enfocados a reforzar el estatus sanitario de huerto de olivo regional.

- Establecer una estrategia colectiva que involucre a todos los actores de la cadena productiva del Olivo a fin de gestionar el Área de Denominación de Origen de los productos olivícolas de Caborca.
- Gestión del Consejo Promotor de la Cadena Productiva Olivo.
- Diseño y promoción y aplicación de la normas de calidad a la olivicultura regional.

4.7.4. Estrategias para Revertir Debilidades Neutralizando Amenazas

- Establecer una campaña permanente de vinculación con Sector de Ciencia y Tecnología.
- Fortalecer a nivel regional los valores asociados a la tradición olivarera de Caborca.
- Explorar nuevas líneas de negocios asociadas a la actividad olivarera (turismo olivícola).
- Lograr una eficiente articulación con proveedores locales de insumos, equipos y servicios.
- Establecer vínculos estratégicos con el resto de actores de la Cadena Productiva del Olivo.
- Mejorar la Imagen de la Unidades de Productivas como una Organización fortalecidas bajo un enfoque de cultura empresarial.

Cuadro 13. Hacia la Construcción de una Visión FODA Global de la Cadena Productiva del Olivo en Caborca

	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad regional de material genético de alta calidad. • Potencial productivo hasta de 18 toneladas por hectárea. • Se cuenta con más de 1,750 hectáreas activas de huertos de olivo. • Elevada participación en la producción olivícola nacional (60%). • Producción especializada en variedades manzanita y misión, aclimatadas a la Región. • Recursos Humanos especializados en labores culturales olivícolas. Sentido de pertenencia entre los productores. • Reconocimiento de la calidad en la aceituna regional. • Condiciones agroclimáticas óptimas para olivicultura. • Mayoría de los huertos libre de plagas y enfermedades. • Reconocimiento del estatus fitosanitario regional. • Potencial para producción olivícola orgánica 	<ul style="list-style-type: none"> • Altos costos y Bajos Rendimientos productivos en algunos huertos • 40% del huerto olivícola improductivo • Estrecha cobertura crediticia e Insolvencia financiera • Limitada cultura empresarial • Desinformación sobre canales de comercialización • Tecnología oleica y de conservas artesanal • Oferta olivícola poco diversificada y a baja escala. Atomización entre los productores • Variedades de aceituna oleica escasas. • Limitada experiencia en comercialización directa. • Nula organización entre los productores primarios. • Existencia de un solo comprador de aceituna en fresco, los productores no pueden influir en la fijación del precio de venta
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS FORTALEZAS-OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS DEBILIDADES-OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Cercanía geográfica con el mercado de E.U.A • Demanda gastronómica estilo mediterránea • Proximidad a áreas de concentración poblacional, tanto en nuestro estado, así como en Arizona y California. • Demanda emergente en las cadenas comerciales. • Incremento sostenido del consumo de oliva. • Desarrollo tecnológico disponible. • Demanda de productos orgánicos en expansión. • Acceso a infraestructura agroexportadora. • Acceso a capacitación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de un programa de plantaciones de nuevos huertos, • Programa de capacitación y apoyos enfocados al incremento (sustentable) de los rendimientos de 5 a 15 toneladas por hectárea • Programa de Marketing Nacional e Internacional difundiendo la calidad de los productos oleicos originarios de Caborca. Acreditar las variedades de olivo características de Caborca • Implementar alianzas estratégicas con otros productores hortofrutícolas regionales con experiencia en manejo de infraestructura y canales de comercialización hacia Norteamérica. • Establecimiento de una Unidad de negocios enfocada a impulsar la comercialización de los productos Olivícolas regionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Programa intensivo de plantación de huertos de aceitunas con variedades oleicas • Incrementar la capacidad industrial implementando estrategias de transferencia tecnológica a PYMES, enfocadas a la diversificación de productos olivícolas: aceites, conservas, cosméticos, fármacos, etc. • Establecer un programa de innovación tecnológica en Alianza con el sector de C y T. Regional, atendiendo la creación de nuevos productos; Vida de anaquel, Calidad (inocuidad, identificación de propiedades organolépticas, etc). • Desarrollar maquinarias específicas para el sector olivícola especialmente para conservas
AMENAZAS (A).	ESTRATEGIAS FORTALEZAS-AMENAZAS	ESTRATEGIAS DEBILIDADES AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Dumping de aceituna proveniente de otros países. • Incremento en el costo de los insumos. • Incremento de la competencia externa. • Políticas de subsidio a producción primaria no favorables. • Importante crecimiento en la inseguridad. • Aceites Adulterados y desinformación sobre calidades. • Secuelas de la crisis económica mundial, periodo de recesión económica. • Falta de acceso a créditos. • Inexistencia de una norma de calidad oleica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar en coordinación de los distintos niveles de gobierno y el resto de actores productivos, un plan anti crisis sustentado en las ventajas competitivas de la actividad olivícola regional • Gestionar un programa de capacitación y apoyos enfocados a reforzar el estatus sanitario de huerto de olivo regional • Establecer una estrategia colectiva que involucre a todos los actores de la cadena productiva del Olivo a fin de gestionar el Área de Denominación de Origen del producto olivícola de Caborca • Gestión del Consejo Promotor de la Cadena Productiva Olivo • Diseño y promoción y aplicación de la normas de calidad a la olivicultura regional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer campaña permanente de vinculación con Sector de C y T. • Fortalecer a nivel regional los valores asociados a la tradición olivarera de Caborca • Explorar nuevas líneas de negocios asociadas a la actividad olivarera (turismo olivícola) • Lograr una eficiente articulación con proveedores locales de insumos, equipos y servicios • Establecer vínculos estratégicos con el resto de actores de la Cadena Productiva del Olivo. • Mejorar la Imagen de las unidades económicas como estructuras fortalecida bajo un enfoque de cultura empresarial

Una vez descrita y analizada la situación actual en la que se encuentra la cadena productiva del olivo, así como el lugar que ocupa cada uno de sus actores y las principales problemáticas que los atañe, es momento de sentar las bases para una estrategia de Desarrollo Local que permita generar procesos de mejora económica y social en la Región, buscando siempre un equilibrio con el medio ambiente y sin hacer uso excesivo de los recursos naturales disponibles.

CAPÍTULO V. RECOMENDACIONES PARA LA FORMALIZACIÓN SUSTENTABLE DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL OLIVO, Y CONSTRUCCIÓN DE LA BASE MATERIAL DE UN PROCESO DE DESARROLLO LOCAL

El Desarrollo Local busca potenciar las capacidades de los actores locales de un territorio, de tal forma que éstos lideren los procesos de desarrollo y cambio estructural. La cadena productiva del olivo en Caborca funciona bajo un esquema en el que sus actores se especializan en la producción primaria y comercialización en fresco del producto, sólo de manera eventual procesan artesanalmente una pequeña proporción de su producción para comercializarlo de manera informal. Esta situación pone de manifiesto la necesidad de instrumentar un plan alternativo de operaciones, que permita a los actores productivos locales apropiarse del mayor número de eslabones de la cadena productiva, especialmente de aquellas más eficientes en términos de la generación de valor y creación de empleos.

Bajo el actual esquema de participación de los actores locales en la cadena productiva del olivo, éstos ceden las fases de transformación y comercialización a actores que capitalizan y dispersan los frutos de estas actividades en otras latitudes. Bajo tal estado de cosas es improbable que estos actores aprovechen efectivamente las potencialidades de la industria olivícola, para que ello sea posible, se plantea como necesaria su operación bajo un enfoque de integración económica (Salazar, 2009a).

La producción de olivo cumple con condiciones para constituirse como oportunidad de fomento del DL, no solo por su elevada rentabilidad económica y su identificación entre las prácticas productivas regionales con mayor identificación en la cultura regional y de su historia, tal y como lo

confirmaron los productores locales durante la fase de investigación de campo de este trabajo.

Sin embargo para que esta industria se constituya en uno de los pilares del Desarrollo Local, se requiere que se conforme como parte del capital social local. Del Análisis FODA se pone de manifiesto que entre las debilidades que presenta la masa de productores directos es su limitada capacidad de acceso a créditos, desinformación en materia de Calidad e inocuidad, prácticas tecnológicas rudimentarias, limitado conocimiento de los mercados, entre otros aspectos.

Estas debilidades en gran medida están asociadas al estado de dispersión/ desorganización de los actores productivos directos, situación que incide en un bajo nivel de comunicación interna. Es necesario que los productores se apropien de la determinación de generar oportunidades creando sinergias asociados a los procesos derivados de sus posiciones colaborativas, y de compartir visiones y objetivos comunes. Esta posibilidad se encuentra ausente bajo el esquema organizativo actual. Ello se traduce por ejemplo en su escasa capacidad de negociación de precios frente a los acopiadores de aceituna,

Es necesario el establecer una verdadera asociación de productores, que represente los intereses comunes de los actores que involucre la participación activa de todos sus miembros y no sólo de los representantes. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2001) establece la Asociación Y Participación como el primer paso para llevar a cabo un proceso de DL.

Una verdadera asociación puede permitir desde el corto plazo cambios a favor de los productores de olivo. Como bloque es más fácil solicitar ayuda en cuestiones técnicas referentes al cultivo, así como información valiosa para prevenirse de plagas y enfermedades. También hace posible el acceso a constante capacitación que permita ser más eficientes en la producción y mejorar sus rendimientos.

En el mediano y largo plazo, si se continúa trabajando en conjunto, será posible dar el salto a participar en procesos de transformación de materia prima y agregación de valor. Una marca regional de productos de la aceituna, en la que cada productor destine parte de su producción para la elaboración de aceituna de mesa en conserva, o bien, de aceite de oliva puede lograrse fácilmente si se labora en equipo. El establecimiento de una Denominación de Origen, entendida ésta como el nombre de una región geográfica que sirve para designar un producto originario de la misma y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en éste los factores naturales y humanos (IMPI, 1993), puede facilitar el camino o contribuir al éxito de los productos olivícolas de la Región.

Para un productor es difícil no sólo el participar de procesos de agregación de valor, sino buscar los canales de comercialización adecuados, ya que esto representa costos económicos adicionales. Estando asociados, los productores pueden repartirse costos fijos como lo son la búsqueda de canales de comercialización y mercadotecnia del producto, de tal forma que dichos costo se reducen en gran medida. Este tipo de detalles y de visiones a corto, mediano y largo plazo, constituyen el segundo paso necesario para una buena práctica de Desarrollo Local: La Planeación Estratégica.

Algo muy difícil de lograr, pero indispensable, será la participación de los productores y el convencimiento de asociarse y trabajar en conjunto; y más aún, conseguir que así se mantengan y que no se presenten problemas que puedan fracturar la cohesión social que se forme. En ocasiones se presentan casos, sobre todo al trabajar con productores agrícolas, en los que se realizan talleres participativos, se llevan a cabo propuestas y se determina el rumbo a seguir, pero por desgracia no se le da continuidad a esos proyectos y todo queda en el aire. La planeación estratégica va más allá de un par de reuniones en los que se fijan metas; requiere el compromiso de todos y cada uno de los actores locales que intervienen en ella, así como de una constante retroalimentación y puede estar sujeta a cambios de acuerdo a la dinámica que rodea en este caso al olivo (demanda de sus productos,

competidores, precios, productos sustitutos y/o complementarios, entre otros).

Dentro de un marco de DL la planeación estratégica debe estar enfocada a lograr en un mediano o largo plazo, el empoderamiento y apropiación de los actores locales en todos o, al menos, la mayoría de los segmentos de la cadena productiva del olivo. Es importante el procesamiento de la materia prima, pero de igual forma se deben buscar los canales de comercialización adecuados para colocar sus productos. Tal vez, eso constituiría uno de los principales retos a lograr, y lo cual, contrario a lo que piensan la mayoría de los productores, no es tan difícil como parece. Ya se mencionó la existencia de un mercado lo suficientemente amplio en México para los productos del olivo, el cual se satisface en su mayoría con aceituna de mesa y aceite de oliva traídos del extranjero. Una buena estrategia de marketing poniendo énfasis en que se trata de un producto mexicano de alta calidad, puede contribuir a que fácilmente se posicionen dentro del mercado, los productos que se elaboren en la región.

La motivación y el desarrollo de capacidades, constituyen una tercera herramienta importante para llevar a cabo un proceso de DL. Es importante una vez que ya se trabaja en conjunto y se establece una planeación estratégica, el desarrollar capacidades y estar en procesos de mejora continua que permitan un mayor aprovechamiento de los recursos con que cuentan los productores de olivo, tanto económicos, naturales o de mano de obra.

En Caborca, las plantaciones de olivo se consideran tradicionales no sólo por el tiempo que llevan establecidas en la Región, sino por los métodos de siembra, recolección y transformación utilizados. Si bien es cierto, que con el paso de los años se han incorporado nuevas técnicas de producción y se han agregado artefactos mecánicos y el uso de tecnologías que reducen costos y tiempos, también hay que mencionar que no todos tienen acceso a dichos artefactos, y peor aún, algunos no los utilizan como es debido.

El desarrollo de capacidades implicará también el inculcar una cultura empresarial diferente, la cual no limite a los productores a vender su producto únicamente en un mercado local ni los haga dependientes del acopiador. También es necesario que se den cuenta de que ellos están en su derecho de participar en la negociación para fijar el precio de compra de su mercancía, y que éste no debe ser decidido unilateralmente.

Una forma de intervención en todos los eslabones de la cadena productiva del olivo por parte de los actores locales, con perspectiva de construir las bases para un DL es a partir de la conformación de un conglomerado de empresas que den respuesta a un planteamiento estratégico de integración económica, el cual permita generar aptitudes para que los actores productivos locales se incorporen a todas las funciones económicas de la cadena productiva del olivo (Salazar, 2009a).

Para alcanzar la visión, es importante que el conjunto de estrategias que se diseñen se realicen de manera armónica y articulada entre sí. Con base en ésto, se plantea la operación de un conglomerado de unidades de negocios que constituirían la base a través de la cual se promovería el impulso de los objetivos estratégicos señalados.

5.1. Descripción General de las Unidades de Negocio Propuestas

5.1.1. Unidades de Producción Primaria

La cadena productiva del olivo presenta eslabonamientos hacia atrás muy limitados principalmente en cuestiones de desinformación y poca organización entre los productores. Además no se aprovechan las condiciones climáticas que permiten la producción de diversas variedades de olivo y se cuentan con huertos que ya pasaron por su etapa productiva más exitosa, por lo que es necesario el cultivo de nuevas plantaciones. Ello pone de manifiesto la importancia de establecer en la Región una estrategia de establecimiento de Unidades de Producción Primaria cuyos propósitos principales son:

- Generar una oferta de aceituna suficiente que facilite el desarrollo de su mercado y genere certezas en el desarrollo de iniciativas de inversión.
- Desarrollar unidades de producción que generen empleos permanentes con ingresos justos para los productores.
- Identificar las necesidades locales de investigación y desarrollo tecnológico para el cultivo sustentable de plantaciones de olivo.
- Impulsar el desarrollo de la variabilidad genética de plantaciones sustentables adaptadas a las diferentes regiones productoras.

5.1.2. Unidad de Abasto de Insumos de Maquinaria y Equipo

En la industria del olivo, no existe un sector formal de proveedores de insumos, ni de maquinaria y equipo en las diferentes etapas del proceso productivo de la aceituna. El Desarrollo de su cadena productiva requiere de la creación de una red de empresas proveedoras eficientes de insumos, maquinaria y equipo para las actividades de cultivo, producción, elaboración de aceite de oliva y aceituna de mesa, así como con su comercialización y distribución, de forma que se logre una mayor agregación de valor en la Región. Los objetivos principales de esta unidad serán:

- Reducir costos de producción mediante compras consolidadas de insumos, maquinaria y equipo.
- Contar con una red de proveedores amplia que les permita a los productores dejar de depender del acopiador y comprometer su producción por adelantado.
- Promover y facilitar la estandarización de procesos tecnológicos de producción eficientes.
- Desarrollar el mercado especializado de insumos, maquinaria y equipo para la industria, asegurando calidad y servicios para los productores.
- Desarrollar unidades de suministros que generen empleos permanentes con ingresos justos para sus actores.

5.1.3. Unidades de Procesamiento de Aceituna de Mesa y Aceite de Oliva.

Los métodos de transformación se desarrollan con un nivel tecnológico muy bajo y a pequeña escala. Los productores prefieren vender su aceituna en fresco en vez de someterla a procesos de agregación de valor. Es en ese sentido general que se justifica la creación de Unidades de Negocios especializadas en la elaboración de aceituna de mesa y aceite de oliva, con arreglo a prácticas tecnológicas eficientes capaces de proveer de un producto y cuyos principales objetivos serán:

- Generar una oferta de productos de olivo de alta calidad, que responda a las expectativas de los consumidores y dignifique el quehacer de sus actores.
- Consolidar la aplicación de procesos de inocuidad y eficiencia productiva.
- Cubrir los servicios de procesamiento de aceituna por zonas productivas.
- Establecer un proceso de producción que permita la estandarización producto conforme normas internacionales de aceituna de mesa y aceite de oliva.
- Desarrollar marcas colectivas regionales con esquemas de asociatividad entre los productores.

5.1.4. Unidad de Servicios de Comercialización y Marketing

Las acciones de la Unidad de Servicios de Comercialización y Marketing, están orientadas a crear, promover y distribuir los productos del olivo en sus diversas presentaciones de acuerdo con las necesidades actuales o potenciales de los clientes, y en concordancia con las capacidades y los recursos del conglomerado de empresas involucradas en su producción. Es posible identificar siguientes actividades estratégicas:

- Investigación de mercado y estudios de factibilidad.
- Planificación de productos.

- Determinación de precios.
- Determinación de los canales de distribución.
- Determinación de la comunicación (publicidad, promoción y ventas) efectivas.
- Coordinar acciones de mercadeo de aceituna de mesa y aceite de oliva.
- Impulsar procesos de promoción y posicionamiento de los productos en mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Convenir convenios de comercialización con distribuidores especializados.
- Convenir acciones de marketing con consultores especializados.

5.1.5. Entidad Dispensora de Crédito

La modernización de la Cadena productiva del olivo y la puesta en marcha de las Unidades de Negocios, demandan la operación de una entidad que contribuya a respaldar las necesidades de financiamiento de los actores productivos, mediante la aplicación de instrumentos financieros sustentables que respalden apoyos crediticios ágiles, oportunos y responsables. Por ello es necesario:

- Contar con una unidad que asegure el acceso al crédito oportuno y suficiente para las actividades productivas.
- Capacitar a los productores para el uso comprometido del insumo crédito.
- Crear corresponsabilidad en los procesos de capitalización y financiamiento para el desarrollo sustentable de las unidades de negocios.
- Desarrollar esquemas de capitalización de las unidades de negocios.

5.1.6. Unidad de Servicios de Innovación y Transferencia de Tecnología

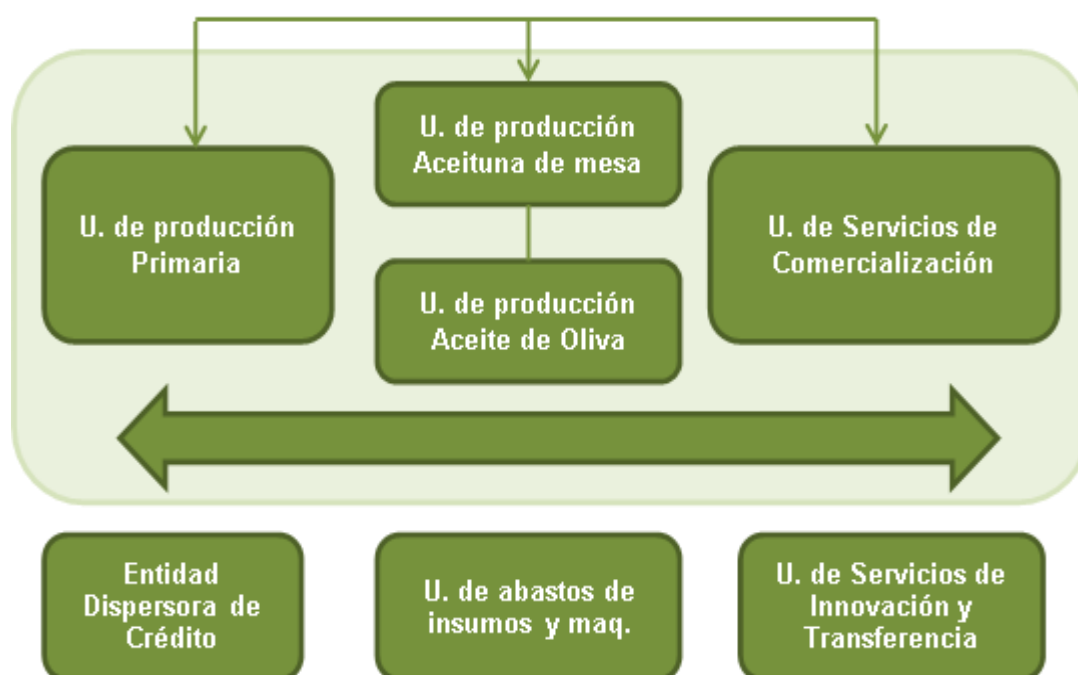
La escasa capacitación del recurso humano en procesos tecnológicos desarrollados exige la presencia de una oferta de servicios de capacitación y

asistencia técnica especializada. Esta unidad de negocios deberá sostener como estrategia permanente el fortalecer la plataforma de servicios de transferencia tecnológica, en los diferentes eslabones de la cadena productiva. Su operación deberá apoyarse en un conjunto de instituciones del sector de Ciencia y Tecnología (CIAD, UNISON, INIFAP).

Es importante establecer que el costo de los servicios puede ser en gran medida tomado por programas gubernamentales, sin embargo debe procurarse que éste sea asumido progresivamente por el agricultor, con el fin de fomentar una cultura de pago y de compromiso en la población pero además para apropiarse intelectualmente de los productos:

- Evaluación del nivel tecnológico y capacidad productiva de los cultivos.
- Mapeo de las potencialidades competitivas donde se deba focalizar la transferencia de tecnología en los aspectos más críticos del proceso productivo.
- Capacitación en el contenido y consecución de estándares de producción.
- Certificación y verificación de procesos y calidades.
- Programa de capacitación especializada de productores en los temas priorizados.
- Capacitación y asistencia técnica participativa a los agentes de la cadena.
- Difusión masiva de los resultados favorables de la transferencia tecnológica y de ésta sobre el desarrollo de iniciativas innovadoras.

Figura 13. Unidades de Negocio de la Cadena Productiva de Olivo



Fuente: Elaboración propia con base en Salazar, 2009

En este conglomerado de empresas la asociatividad se constituye como la estrategia general para lograr que una industria atomizada, pueda volverse competitiva, a través de economías de escala, costos menores y mayor poder de negociación. Esa es parte de la realidad que comparten los productores de olivo, en especial aquellos que buscan agregar valor a sus productos (Salazar, 2008).

La estrategia que se perfila es impulsar el modelo de Cadenas Productivas, que incluye la formación y consolidación de asociaciones de productores olivo para establecer mejores negocios. Para sacar adelante este planteamiento será necesario que los actores productivos asuman el liderazgo de estas iniciativas y de las acciones que de ellas se derivan (*ibid*, 2008).

La determinación de crear un corporativo de empresas a partir de las unidades de producción primaria, es con el fin de obtener el valor agregado generado en cada uno de sus eslabones. Estas acciones resultan fundamentales para que los actores sean capaces de promover condiciones de desarrollo efectivo en sus áreas de operación, que bajo sus actuales esquemas y prácticas de integración económica no pueden generar. Este

esquema les garantiza su participación en todos los eslabones de la cadena productiva.

Los procesos de comercialización enfrentan a consumidores cada vez más exigentes y a nuevos canales de distribución. Las nuevas tecnologías de la información dinamizan a todos los agentes del mercado. La capacidad de las corporaciones para dominar estas tecnologías permite promover respuesta competitiva global mientras se opera en un espacio local. La operación de una unidad comercializadora de productos olivícolas requiere una estructura administrativa moderna, capaz de asimilar la incorporación de nuevas tecnologías, basada en un plan estratégico que permita asimilar y generar y transmitir conocimientos e información significativa a las demás empresas del corporativo, pertinentes para atender sus necesidades de adaptación al mercado.

Éstas son las bases principales para que los productores de olivo puedan liderar un proceso de DL en Caborca, sin embargo no son los únicos actores locales importantes para que esto suceda. Hay que recordar que toda cadena productiva se encuentra dentro de un entorno constituido por diferentes elementos, tanto políticos, culturales y de medio ambiente. De tal forma que no se puede hacer un análisis completo de la cadena productiva sin hablar del rol de organismos gubernamentales en sus tres niveles, desde la Junta Local de Sanidad Vegetal hasta SAGARPA.

Es importante el tener el respaldo de instituciones de gobierno. Ya se discutió en el capítulo anterior el papel que juegan algunas de ellas dentro de la cadena productiva en Caborca, sin embargo queda claro que existe la posibilidad de que otorguen un mayor impulso al cultivo del olivo y sus productos (aceite de oliva y aceituna de mesa).

Es necesario construir la institucionalidad adecuada que concrete el ejercicio estratégico entre los actores, y establezca el entorno propicio para el avance de un proyecto local de desarrollo a través de la cadena olivícola.

CONCLUSIONES

Como resultado de esta investigación, es posible concluir que se cumple la hipótesis central planteada, ya que por una parte, se encontraron elementos que demuestran la existencia de una demanda en constante ascenso, tanto nacional e internacional, de los productos derivados del fruto del árbol del olivo. A nivel internacional, en los últimos 20 años hay una clara tendencia a incrementar el consumo de aceituna de mesa y aceite de olivo, en especial de este último, el cual además de ser incluido dentro de la dieta mediterránea, se le atribuyen propiedades nutricionales y de gran importancia para la salud.

En el caso de México, también existe una tendencia a la alza en los niveles de consumo de aceite de oliva y aceituna de mesa, los cuales sin embargo, se satisfacen en su mayoría con productos importados, principalmente de países mediterráneos como España, Grecia e Italia; y en años recientes se anexan a esta lista Chile y Argentina.

No hay en México un mercado de productos olivícolas que haga frente a las empresas extranjeras que encuentran un buen lugar para colocar sus productos. De esta forma se demuestra la existencia de una demanda de productos olivícolas y una presencia casi nula de la oferta nacional de éstos.

Por otra parte, en el presente trabajo de investigación se demuestra la existencia de factores endógenos que se pueden considerar relevantes para llevar a cabo una estrategia de Desarrollo Local Sustentable a través de la cadena productiva. En primer lugar, se pone de manifiesto la tradición del cultivo en la Región y el arraigo y aprecio que existe entre los productores

hacia el árbol de aceituna, el cual posee una enorme carga histórica y cultural que está fuertemente ligada al territorio.

Además, el olivo forma parte de un grupo de cultivos que se consideran *estratégicos* para Caborca, debido al alto impacto socioeconómico que generan en la Región, así como por dinámica competitiva mostrada durante los últimos años. Un punto a favor del olivo, en una región desértica y con escasez de agua como Caborca, es la poca cantidad del vital líquido que requiere para su producción, comparado con otros cultivos dominantes como espárrago y uva.

Dentro de un marco de DL es imprescindible el dar fomento a actividades económicas rentables, vinculadas al perfil productivo del territorio y, sobre todo, estrechamente ligadas con la identidad local, y el olivo cumple a la perfección con estas características.

En un territorio pueden existir buenas propuestas que no han funcionado, no porque no sean ideas interesantes, sino porque no se corresponden con la identidad local y con su perfil productivo. Un perfil no sólo está definido por lo que hay en ese territorio, por lo que se podría hacer en él, sino además, por la viabilidad económica de lo que se propone y, fundamentalmente, por los que viven ahí y sus expectativas.

Es por esta razón, que los programas de DL no se pueden construir desde afuera. No puede venir alguien del exterior y decir lo que se pueda hacer en ese territorio. En ese sentido, la clave está en los actores locales, en los que viven en el lugar. Ya que son éstos, los que pueden empujar o no, un proceso de desarrollo y cambio.

Otro factor endógeno relevante dentro de la cadena productiva, es que su principal materia prima, el árbol de olivo, se adecúa perfectamente a las condiciones climatológicas de la región, ya que lo mismo resiste altas temperaturas y condiciones de sequía, o bien, heladas incluso por debajo de los cero grados centígrados. De igual forma, los climas extremos que se presentan en la Región no son favorables para la propagación de plagas, en especial la mosca del olivo, a diferencia de otras regiones del mundo

(incluido partes de Baja California, en México) que han sufrido este problema registrando pérdidas importantes en su producción.

Sin embargo, a pesar de demostrar ser actividades con potencial de generar procesos de desarrollo en la Región, es necesario tomar en cuenta ciertas consideraciones sobre la forma actual en la que opera la cadena productiva. De entrada, debe plantearse la posibilidad de cambiar el patrón de cultivo actual de variedades de olivo, incrementando la superficie de siembra de aquellas que se consideran *aceiteras*, lo cual significaría una reducción en costos de producción al disminuir la cantidad de polinizador artificial utilizada. Además, éste sería el primer paso para dar impulso a la elaboración de aceite de oliva, el cual tiene una alta demanda en el mercado nacional, y se satisface en un 99% con producción extranjera.

Igual de importante resulta el fomentar procesos de participación y asociación, planeación estratégica y desarrollo de capacidades entre los actores locales, buscando generar competencias principalmente entre los productores, para que se apropien de una mayor proporción de las actividades de la cadena, y no sólo del eslabón primario, el cual resulta el eslabón más débil y que obtiene una menor ganancia económica.

Actualmente los productores de olivo se encuentran atomizados, algo que dificulta su participación al momento de negociar los precios de venta de su producto al único acopiador de la Región, el cual durante los últimos 15 años, ha pagado en promedio por una tonelada de aceituna 200 dólares por debajo del precio de mercado en California, lugar de destino de la producción.

Ligado a la falta de organización, se detecta una mínima cultura empresarial de los productores, la cual se ve reflejada en el escaso nivel de procesamiento de la materia prima, así como del pobre acceso a otros mercados donde vender su producto. Existe una queja constante de que no hay créditos para expandir sus horizontes de productor a procesador y/o comercializador, pero lo cierto es que en realidad hay desconocimiento de las fuentes de crédito y apoyos a la producción.

De esta forma se deja en claro que si bien la cadena del olivo tiene el potencial de convertirse en una actividad generadora de DL en Caborca, aún hay ciertas cosas por hacer, y es requisito indispensable la participación de los distintos sectores (académico, gubernamental, banca comercial y de desarrollo, diversos actores locales) para que en un futuro el olivo forme parte de un grupo de cadenas agroalimentarias que lideren los procesos de desarrollo en la Región.

Una manera de lograr que los actores locales intervengan en todos los eslabones de la cadena productiva del olivo, es a partir de la conformación de un conglomerado de empresas que den respuesta a un planteamiento estratégico de integración económica, con perspectiva de construir las bases para un DL, el cual permita generar aptitudes para que los actores productivos locales se incorporen a todas las funciones económicas de la cadena productiva del olivo.

Para alcanzar la visión, es importante que el conjunto de estrategias que se diseñen se realicen de manera armónica y articulada entre sí. Con base en ésto, se plantea la operación de un conglomerado de unidades de negocios que constituirían la base a través de la cual se promovería el impulso de los objetivos estratégicos señalados.

Para concluir con este análisis, se coincide en que el DL debe comprenderse como una estrategia política, dinamizador de la sociedad local, y no puede atenerse solamente a acciones de cuño ortodoxo, tales como líneas de crédito, incentivos fiscales o inversiones en la formación bruta de capital fijo; es un instrumento pero no el medio para este fin. Se debe fundamentalmente procurar y ampliar el stock de capital social en la localidad fortaleciendo la auto organización social y estimulando la puesta en práctica de soluciones cooperativas para problemas comunes (De Souza, 2009).

REFERENCIAS

- Alburquerque, F. (2004): "El enfoque del desarrollo económico local", en *Serie: Desarrollo Económico Local y Empleabilidad*. Organización internacional del Trabajo, buenos Aires, Argentina.
- Alburquerque, F. (2001): "Ajuste estructural e iniciativa de desarrollo local", en *Revista Comercio Exterior*, no. 8, vol. 51, pp. 675-682.
- Arocena, J. (1997): "Globalización, Integración y desarrollo Local. Apuntes para la elaboración de un marco conceptual" en *Persona y Sociedad*, ILADES, Santiago de Chile. 13 pp.
- ASERCA (2007): "El olivo, eco del mediterráneo", en *Claridades Agropecuarias, Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria*, México D.F., Junio, no. 94. pp. 3-27.
- Barreiro Cavestany, F. (2000): "Desarrollo desde el territorio. A propósito del desarrollo local". Documento Redel (Red desarrollo económico local). 28 pp.
- Boisier, S. (2003): "Desarrollo Local ¿De qué estamos hablando?", Texto utilizado en conferencia sobre Desarrollo Local; Aceptando el Reto, realizada en la ciudad de Hermosillo, Sonora, 14 de mayo del 2003.
- Boisier, S. (1994): "Crisis y alternativas en los procesos de regionalización" en *Revista de la CEPAL*, No.52, Santiago de Chile, pp. 179-190.
- Bojórquez, F (2008): "El cultivo de espárrago aumenta su productividad con los años" en *Productores de Hortalizas*, artículo del día 5 de noviembre. Disponible en <http://www.hortalizas.com/articulo/11422/el-cultivo-de-esparrago-aumenta-su-rentabilidad-con-los-anos>
- Brundtland, G.H. (1987): *Nuestro futuro común*. Comisión Mundial del Medio ambiente y del Desarrollo. ONU. Alianza Editorial.
- Castillo-Quesada, E., Mesa, A., Torres, V., Grande, S., Baena, C. y Zurera, R. (2011): "La aceituna de mesa y la salud. Proceso industrial y puntos críticos de control en plantas de aderezo de aceitunas. Valor nutricional de la aceituna de mesa", en *Higiene y Sanidad Ambiental*, España, 11, pp. 675-682.

- Castro de, A., De Cobbe, R. y Goedert, W. (1995): "Prospección de Demandas Tecnológicas". Manual Metodológico para SNPA. Embrapa, Brasilia, Brasil.
- Castro de, A. (2003): "Metodología para prospección de la cadena productiva de pesca". Brasil, 18 pp.
- Civantos, L. (1996): "Técnicas de producción" en Consejo Oleícola Internacional (editor). *Enciclopedia Mundial del Olivo*, Plaza y Janés, Barcelona, Capítulo IV, pp 145-194.
- COI (2011): Geographical Indications. Disponible en internet: www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/388-geographical-indications. Consultado en diciembre de 2011.
- COI, (2010): Norma Comercial aplicable a los Aceites de Oliva y Aceites de Orujo de Oliva. Madrid, 17 pp.
- COI, (2007): "Técnicas de producción en olivicultura". Consejo Oleícola Internacional, Madrid, España, 348 pp.
- Crapivinski, J. (2000): Bases para la estructuración de un plan de acción para la competitividad agraria. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Crea - IICA.
- Crovetti, A. (1996): "La defensa fitosanitaria. Desarrollo de metodologías y salvaguarda de la producción y del medio ambiente" en Consejo Oleícola Internacional (editor). *Enciclopedia Mundial del Olivo*, Plaza y Janés, Barcelona, Capítulo VI, pp 221-250.
- Cuevas, J. y Pinillos, V. (2006): "Polinización artificial en olivo: recolección de polen". En *Revista Agropecuaria*, no. 285, España, pp. 418-425.
- De Franco, A. (2002): "¿Por qué precisamos de un desarrollo local integrado y sostenible?" En *Revista instituciones y desarrollo local* no.6 Instituto Internacional de Gobernabilidad. Cataluña, España. pp. 1-23
- De Souza, Renato (1999): "El capital social y los nuevos instrumentos de políticas públicas para el desarrollo sostenido: la experiencia de Río Grande do Sul, Brasil", documento presentado en el IV congreso internacional del CLAD sobre la reforma del estado y de la administración pública, celebrado en México D.F. del 19 al 22 de octubre de 1999.
- Durufilé, Fabre y Young (1993): "Nota Metodológica General Sobre el Análisis de Cadenas" Italia. traducido por IICA.
- FAO. (2008): Manual. Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural. Roma, Italia, FAO.

- FAO, (2001): Norma del CODEX para las aceitunas de mesa. Norma de calidad CODEX STAN 66-1981, emitida dentro del Codex Alimentarius de la FAO y elaborada conjuntamente con el COI, España, 18 pp.
- Garg, A. (1996): "La dieta mediterránea, el empleo del aceite de oliva en la dieta del diabético", en Consejo Oleícola Internacional (editor). *Enciclopedia Mundial del Olivo*, Plaza y Janés, Barcelona, pp 376-377.
- Hiernaux N. (1993): "Región, regionalismo y modernización", en *Ciudades*, núm. 18, pp. 3-11.
- IMPI, (1993): "Ley de la Propiedad Industrial". Elaborada por el Instituto mexicano de la Propiedad Industrial. México D.F. versión disponible electrónicamente en: <http://www.impi.gob.mx/>
- INEGI (2010): XII Censo General de Población y Vivienda. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Disponible en www.inegi.org.mx
- INEGI (2000): XI Censo General de Población y Vivienda. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Disponible en www.inegi.org.mx
- Juárez-González, R. (2006): "El aceite de oliva en la prevención de las Enfermedades Cardiovasculares", Caborca, México, 6 pp.
- Ladux, J. (2008): "Verticilosis del olivo", en Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Buenos Aires, Argentina. Disponible en internet: <http://inta.gob.ar/documentos/verticilosis-del-olivo/>
- Leff, E. (2002): *La Transición hacia el desarrollo sustentable. Perspectivas de América Latina y el Caribe*. México, PNUMA-INE-UAM, 2002.
- Lima, S. y Castro de, A. (2001): "La dimensión de entorno en la construcción de la sostenibilidad institucional". Proyecto Nuevo Paradigma, ISNAR, Costa Rica.
- Llorens, J. L. (2002): Estudio de casos de desarrollo económico local en América Latina. Banco Interamericano de Desarrollo, Serie de informes de buenas prácticas del departamento de desarrollo sostenible, Washington D.C., 55 pp.
- Mota-Díaz, L. y Sandoval, E. (2006): "El rol del capital social en los procesos de desarrollo local. Límites y alcances en grupos indígenas", en *economía, sociedad y territorio*. Vol. 6, No. 20. pp. 781-819.
- Ocampo, J. (2001): "Retomar la agenda del desarrollo" en *Revista de la CEPAL* No. 74, pp.8-19.

- OECD. (2001): Best Practice in Local Development." París.
- Palacio, A. (2011): "El mercado de las Conservas Vegetales en México", Instituto Español de Comercio Exterior y Oficina de la Embajada de España en México, Ciudad de México, 59 pp.
- Palacio, A. (2011a): "El mercado del aceite de oliva en México", Instituto Español de Comercio Exterior y Oficina de la Embajada de España en México, Ciudad de México, 33 pp.
- Pérez, G. (2011): "Vecería en el olivo". En *Ciencia y Campo, blog de agricultura, ganadería, proyectos, industria y ciencia e innovación en el campo*. Artículo publicado el 15 de mayo de 2011. Disponible en <http://cienciaycampo.wordpress.com/2011/05/15/veceria-en-el-olivo/>.
- Perroux, F. (1984): El desarrollo y la nueva concepción de la dinámica económica. Ed. Serbal/UNESCO, Paris, 229p.
- Picado, A. (2010): *La cadena de valor de raíces y tubérculos (Malanga) en la zona Norte de Nicaragua*. Tesis de Maestría. Colegio de Postgraduados. Puebla.
- Pírez, P. (1995): "Actores sociales y gestión de la ciudad", en *Ciudades*, núm. 28, pp. 8-14.
- Ruiz-Barba, J. y Jiménez, R. (2005): "Aceituna de Mesa: de la fermentación tradicional a la utilización de cultivos iniciadores", en *CTC Alimentación*, España, pp 43-46.
- Saenz, A. (1999): "Contribuciones al desarrollo endógeno: participación comunitaria, poder local, ONGs" en *Revista de Geografía y Ciencias Sociales*, número 45 (26), agosto, Universidad de Barcelona pp.1-16.
- Salazar, V., Borbón, C. y Peñuelas, R. (2009): "Las oportunidades del mercado global del olivo y los productores de Caborca, Sonora, México" en *Estudios y propuestas para el medio rural Tomo VI*, Martínez, R., Sandoval, E., Ramírez, B. y Rojo, G. (coordinadores), México, pp. 97-120
- Salazar, V. (2009): "Diagnóstico específico de la industria del bacanora y sus actores productivos". Dentro del Plan Estratégico de Impulso a la Cadena Productiva del Bacanora. Informe presentado ante el Consejo Sonorense Promotor de la Regulación del Bacanora. Hermosillo, Sonora. 39 pp.
- Salazar, V. (2009a): "Capacitación para el diseño y elaboración del Diagnostico y Plan de Negocio de la Unidad Comercializadora de Olivo". Financiera Rural. Informe presentado ante Consejo de Administración de CIPPRAMAR, S.C. de R.L. de C.V., Caborca, Sonora. 38 pp.

- Salazar, V. (2008): "Capacitación para el diseño de los productos o servicios de la Unidad Comercializadora de CIPPRAMAR, y del proceso productivo requerido para su establecimiento y operación". Financiera Rural. Informe presentado ante Consejo de Administración de CIPPRAMAR, S.C. de R.L. de C.V., Caborca, Sonora. 47 pp.
- Schäfer-Schuchardt, 1996: "Expansión cultural y artística", en Consejo Oleícola Internacional (editor). *Enciclopedia Mundial del Olivo*, Plaza y Janés, Barcelona, pp 21-26.
- Serrano, L. y Lezcano, C. (2005): "El aceite: Valor nutritivo", en Pinto, J. y Martínez, J., *El Aceite de Oliva y la Dieta Mediterránea*, cuadernos de Nutrición y Salud, Instituto de Salud Pública de Madrid, no. 7, España, pp. 25-50.
- Sepúlveda, L. (2001): "Construcción regional y desarrollo productivo en la economía de la de la globalidad" en *Revista CEPAL*, serie estudios y perspectivas 3, Chile, 81p.
- SIAP (2011): Estadísticas agrícolas, producción Mensual. Disponible en www.siap.gob.mx, consultado en agosto de 2011.
- Valcárcel, M. (2006): "Génesis y evolución del concepto y enfoques sobre el desarrollo". Documento de investigación. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Van der Heyden, D. (2006): Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas. Segunda edición, Ed Ruralter, Quito, Ecuador.
- Van der Heyden, D. y Camacho, P. (2004): Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas. Primera edición, Ed Ruralter, segunda edición. Quito, Ecuador.
- Vázquez Barquero, A. (2000): "La política de desarrollo económico local", en *Desarrollo Económico local y descentralización en América Latina: un análisis comparativo*, CEPAL, Pp.21-45.
- Vázquez Barquero, A. (1999): Desarrollo, redes e innovación. Lecciones de desarrollo endógeno. Ediciones Pirámide, Madrid, 253 p.
- Vázquez-Barquero, A. (1988): Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo. Madrid, España.
- Villacorta, I., Quiroga, J. y Zubieta, J. (2003): Guía para la elaboración de cadenas productivas locales. PADER-COSUDE. Ecuador, 142 pp.
- Wahlqvist, M. y Kouris-Blazos, A. (1996): "Nutrición y Valor Biológico", en Consejo Oleícola Internacional (editor). *Enciclopedia Mundial del Olivo*, Plaza y Janés, Barcelona, pp 349-354.

Wong, P. (2001): "Fundamentos teórico-conceptuales del desarrollo regional sustentable", en D. Arredondo López y P. Salido (coordinadores), *La economía Sonorense y sus Regiones*, editorial UNISON, Hermosillo, Sonora, pp 291-323.