

## **Evolución del entorno de negocios y análisis económico de la producción de aceite de oliva virgen extra en el Sudoeste Bonaerense<sup>1</sup>**

*Evolution of the business environment and economic analysis of the production of extra virgin olive oil in the Southwest of Buenos Aires*

**Germán González<sup>a,b</sup>, Lorena Tedesco<sup>\*,a,b,c</sup> y Marta Susana Picardi<sup>a,b,c</sup>**

a. Universidad Nacional del Sur (UNS). Departamento de Economía, Argentina

b. CONICET. UNS. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur, Argentina

c. UNS. Observatorio de Políticas Públicas para la Agroindustria y el Desarrollo, Argentina

### **Resumen**

El Sudoeste Bonaerense (SOB) es una región agropecuaria marginal en donde se desarrolla la olivicultura para aceite logrando un producto de alta calidad. El artículo muestra dos problemas de la actividad en la región durante los últimos años: i) es una actividad rentable solo si opera agregando valor con una venta mayoritariamente en el mercado interno y; ii) las posibilidades de colocación el mercado externo se vieron afectadas positivamente por el ajuste del tipo de cambio que hizo el actual gobierno, sumado a la existencia de varios programas nacionales de promoción de las exportaciones argentinas con valor agregado.

**Palabras clave:** olivicultura, aceite de oliva, rentabilidad, Sudoeste Bonaerense.

### **Abstract**

*The Southwest of Buenos Aires province is a marginal agricultural region where olive growing is developed for oil, achieving a high quality product. The article shows two problems of this activity in the region during the last years: i) It is a profitable activity only if it operates by adding value with sales mostly in the domestic market and; ii) the possibilities of placement in the foreign market were positively affected by the adjustment of the exchange rate made by the current government, coupled with the existence of several national programs for the promotion of value-added Argentine exports.*

**Keywords:** olive growing, olive oil, profitability, Southwest of Buenos Aires.

---

<sup>1</sup> Este trabajo es producto de la vinculación de tres proyectos de investigación: "Aceite de oliva del sudoeste bonaerense: potencial regional exportador", ganador del concurso Manuel Belgrano de proyectos de asistencia exportadora, segunda convocatoria; "Sector agropecuario y desarrollo: teorías, políticas y estrategias en Argentina y Brasil" (PGI UNS) y "Desarrollo económico, productivo y social vinculado al agregado de valor" (PGI UNS), todos ellos bajo la dirección de los autores.

\* ✉ ltedesco@criba.edu.ar

Copyright: © 2016 FCEyS-UNMDP. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional. ISSN 1852-6535 (En línea).

Recibido 9 junio 2016 / Revisado 7 octubre 2016 / Aceptado 10 octubre 2016

## 1. Introducción

En el Sudoeste Bonaerense (SOB) hay un sector olivícola productor de aceite de oliva con características diferenciales respecto al de otras zonas productoras de la Argentina. Se trata de PYMES con un potencial productivo que podrían abastecer el consumo nacional total en poco tiempo más. Esto implica que sería conveniente ir generando una estrategia conjunta de posicionamiento comercial que exceda el plano regional, principal mercado de colocación en la actualidad, y considerar el mercado internacional.

El gobierno nacional ha implementado en los últimos años una amplia batería de programas de soporte para las PYMES tales como incentivos al agregado de valor en los productos del agro, financiamiento a proyectos de desarrollo territorial y, en particular, a los productos exportables con valor agregado en origen. Sin embargo, el contexto macroeconómico nacional de la última etapa de la administración anterior les fue adverso. El reciente ajuste del tipo de cambio ha permitido que se vuelva aceptable, en términos de la rentabilidad exigida, la estrategia de exportar el aceite de oliva en forma fraccionada, no así a granel.

El objetivo del siguiente trabajo es mostrar que, en estos momentos, los productores del SOB son capaces de hacer rentable su negocio, tanto si orientan su producción al mercado interno como al externo, siempre y cuando el aceite de oliva se venda fraccionado. Asimismo, se evidencia que existen economías de escala que determinan un tamaño mínimo a partir del cual una finca obtiene una rentabilidad aceptable.

En la sección 2 se describe el enfoque teórico que le otorga un marco de referencia al análisis realizado. La sección 3 ofrece una breve síntesis de la evolución de la olivicultura argentina y del SOB en particular, mientras que la sección 4 muestra información cuantitativa relevante. La sección 5 presenta los casos de estudio y la sección 6 concluye.

## 2. Enfoque teórico

En América Latina la macroeconomía y la dinámica del sector agropecuario entran frecuentemente en conflicto. Por detrás de una problemática que se presenta generalmente como una cuestión técnica, en realidad, suele haber un problema fundamentalmente político y de relaciones de poder. Se trata de ideologías y actores sociales que afectan significativamente las características asumidas por las economías y la sociedad en general y su vínculo con el mundo rural en particular.

Si se acepta la idea de que el vínculo entre la política macroeconómica y la sectorial es una relación de poder y, por lo tanto, es conflictiva y desigual en términos de proyectos para la sociedad y se entiende al Estado como un espacio de conflictos, la perspectiva del desarrollo rural y de la formulación de políticas

públicas para inducirlo choca con la visión que en general tiene el hacedor de las políticas macroeconómica que es de tipo homogeneizador. Según define Delgado (2000), este hacedor tiende a minimizar -o a veces a menospreciar- la diversidad y, en consecuencia, tiene enormes dificultades en aceptar la necesidad de formular y gestionar la implementación de políticas públicas diferenciadas.

Por otro lado, las políticas inducidas a partir del proceso de globalización se focalizan en las modernas teorías del desarrollo territorial, en una perspectiva integral, asumiendo que el desafío de las sociedades locales es insertarse en forma competitiva en lo global. En ellas, son endógenas las condiciones que definen el potencial de cada territorio. Estas ideas no son nuevas, comienzan con la visión de Marshall y son retomadas por los enfoques de los distritos industriales, los sistemas productivos locales y los clusters, y se sustentan en la existencia de economías externas derivadas de la especialización y acción conjunta. Los entramados institucionales de los territorios con acciones planificadas, supuestamente influyen fortaleciendo el desarrollo competitivo de las actividades económicas.

Junto con lo anterior, se debe considerar el marco de políticas públicas de fortalecimiento del sistema científico nacional que propicia en los territorios la conformación de espacios de participación social (consorcios de Municipios, agencias de desarrollo, proyectos de vinculación y transferencia en las universidades, entre otros) que demandan una mayor cooperación en la planificación y organización territorial. Esta relación produce una sinergia que en muchos casos se traduce en la creación de consensos, factor esencial a la hora de pensar en la sustentabilidad de los proyectos de articulación que se piensen encarar (González Gómez, 2013).

Se genera, entonces, un abanico de programas y políticas que fomentan las aglomeraciones productivas como nodos de competitividad a lo largo del país, en diferentes sectores y subsectores. El concepto de cluster es el que adquiere mayor presencia en las definiciones de dichos programas, consolidando su posicionamiento dominante entre las categorías vinculadas al desarrollo regional y local. En América Latina, su presencia se reforzó a partir de las acciones de organismos supranacionales como el Banco Mundial (BM) o el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que definieron sus propios programas de competitividad regional basado en la idea de clusters (Hadad, 2015).

Si se remite al concepto de competitividad sistémica (Arteche, Santucci y Welsh, 2013; Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Stamer, 1996), la ausencia de un entorno eficaz restringe la capacidad de las empresas para lograr una competitividad genuina por lo que la dimensión política se incorpora al proceso de posicionamiento externo. Para optimizar la eficiencia en los niveles macro, meso y micro, es decisiva la capacidad estatal de conducción de la economía y la existencia de patrones de organización que permitan movilizar la capacidad creativa de la sociedad (Picardi y Tedesco, 2009). El desempeño de un sector económico depende, evidentemente, de decisiones que debe tomar el productor. Sin embargo, "la dinámica de los mercados, el tipo de cambio y los precios internacionales escapan a sus posibilidades de intervención, al mismo tiempo que definen su entorno económico e influyen en el proceso de toma de decisiones. En definitiva, la calidad de la información sobre éstos y otros aspectos, condiciona la

calidad de las decisiones tomadas, y éstas determinan en gran parte, los resultados obtenidos" (González, Valls y Picardi, 2014: 50).

En definitiva, el desempeño de un sector en la economía global resultará de una apropiada definición y ejecución de una estrategia conjunta de posicionamiento -entendiendo por tal los esfuerzos empresariales conscientes, las políticas gubernamentales y del ambiente (económico, político, social)- y no solo a una estrategia empresarial particular (González, Picardi y Valls, 2015).

Es así que tanto los enfoques de clusters, de competitividad sistémica, como los de estrategia conjunta de posicionamiento, confluyen en la consideración de un sistema de empresas y organizaciones públicas y no gubernamentales interconectadas cuyo potencial conjunto resulta mayor a la suma de sus partes. La interacción entre los actores reduce los costos de transacción porque el nivel de incertidumbre es bajo debido a los objetivos comunes y la confianza generada por la alta frecuencia de transacción. Además, dada la cercanía, es más fácil obtener una mayor coordinación entre los agentes del cluster, mejorando la capacidad de adaptación a las posibles perturbaciones externas. Asimismo, el esquema permite la comparación continua entre productores, elevando la competencia y obligándoles a asumir un proceso de innovación que les otorgue ventajas competitivas.

Sin embargo, suele suceder que el tipo de cambio que proviene de la macroeconomía nacional afecta significativamente actividades puntuales generalmente propias de la economía regional. Todos los esfuerzos realizados para fortalecer un sector o una región pueden ser en vano si la política cambiaria no acompaña dicho proceso. En algunos casos puede bastar con sostener cierta competitividad precio. Sin embargo, al mismo tiempo, es preciso que las nuevas condiciones de mercado no desincentiven a los productores regionales y relocalicen sus recursos en sectores con ventajas competitivas espurias o actividades no productivas. El tipo de cambio favorable a un sector o una región identificada con un sector específico no necesariamente es el mismo que para el resto de los sectores y eso es una dificultad inevitable en el diseño e implementación de la política macroeconómica.

### **3. Síntesis histórica de la actividad**

Se estima que los primeros olivos llegaron al continente americano traídos por los colonizadores españoles. Sin embargo, en el caso argentino aún no se ha dilucidado certeramente cuál expedición española lo introdujo. Algunos autores advierten dos posibles orígenes: 1) que los primeros olivos ingresaron desde Chile a la provincia de La Rioja primero y a la de Mendoza después por medio de la expedición española de Diego de Rojas en el 1558; 2) que ingresaron desde Perú y llegaron a Mendoza traídos por una expedición que tenía como objetivo arribar a Chile para apoyar la lucha con los araucanos.

En esos años la mayor parte de la producción se dedicaba a las aceitunas de mesa (conservándolas en salmuera). Además, según indican los diarios de viajeros, las aceitunas se encontraban entre los productos enviados como regalos desde Mendoza a otras provincias. Sin embargo, en el año 1670 el virrey del Perú

ordena la tala de todos los olivares existentes en el territorio de su jurisdicción con el objetivo de proteger la industria olivícola española que se encontraba en crisis. Una leyenda afirma que solamente se salvó un olivo de la provincia de La Rioja que todavía se conserva como “Padre de la olivicultura”, llamado también “olivo cuatricentenario”<sup>2</sup>.

Durante mucho tiempo y hasta principios del siglo XX la actividad olivícola se desarrolló fundamentalmente en forma artesanal y recién en los primeros años del siglo pasado tuvo un desarrollo más importante compitiendo fundamentalmente en Mendoza con la vid, en función a los vaivenes del mercado. Sin embargo, el país gastaba millones de pesos para importar aceite de oliva cuando en verdad se observaban buenas condiciones para la producción local.

Surge por eso, de la mano de la política nacional, la Ley 11.643/1932<sup>3</sup> de “Fomento de la Olivicultura” con el lema “Haga patria, plante un olivo”. Sin embargo, el ciclo duró hasta los años ‘60 cuando se comenzó nuevamente a enfrentar un contexto adverso: “En la década del ‘70, con el crecimiento de la industria nacional de aceites de semilla se inició una campaña publicitaria en contra del consumo de aceite de oliva: este aceite pasó a ser considerado un producto “malo” para el organismo debido a su presunto alto contenido de colesterol... La efectividad de la campaña llevó a que gran parte de la demanda interna de aceite de oliva fuera reemplazada por aceite de maíz, que además de “ser sano” tenía menor precio. Frente a esta nueva realidad el sector elaborador de aceite de oliva argentino ingresó en un período de crisis que duró más de 2 décadas” (SAGPyA, 2004, p. 3).

Tal es así que a principios de los ‘90 la Argentina estaba todavía estancada en una superficie total con olivos de 29.500 hectáreas, equivalente a unos 3 millones de plantas aproximadamente. Esta cifra no se diferenciaba de la que había sobrevivido durante los años ‘60 y ‘70 aunque los rendimientos habían mejorado llevando la producción a 100.000 toneladas/año de aceitunas. Esto se debe a que la producción por árbol aumenta con la edad del ejemplar.

En 1992, las sequías en la Cuenca del Mediterráneo provocaron un aumento de precios que abrió interesantes perspectivas de exportación al mercado europeo. Además, en el año 1993, a partir de *la International Conference on the Diets of the Mediterranean* celebrada en Cambridge-Massachusetts, surgió la estructura piramidal que plasma el perfil característico de la dieta mediterránea con el aceite de oliva como principal fuente de grasa en lugar de grasas saturadas (Carbajal y Ortega, 2001).

Si bien la literatura especializada se refiere a los múltiples beneficios que para la salud implica la ingesta de aceite de oliva<sup>4</sup>, tal vez la evidencia científica

---

<sup>2</sup> Fue declarado en 1946 “Árbol Histórico” y en 1980 “Monumento Histórico Nacional”. También por ser originario de Arauco ha dado origen a la única y tan difundida variedad argentina que figura en el Catálogo de Variedades Mundiales del Olivo publicado por el Consejo Oleícola Internacional (COI) en 1995.

<sup>3</sup> La ley otorgaba apoyo técnico en plantaciones e industrialización, venta de plantas a precios de costo, créditos sin interés pagaderos en 10 años, entre otras medidas.

<sup>4</sup> A su vez, varias investigaciones epidemiológicas sugieren que el consumo de aceite de oliva reduce el riesgo de contraer tumores malignos de mama, próstata, endometrio, páncreas, colon y estómago, entre otros. Últimamente, se ha explorado el papel protector que cumple respecto a enfermedades hepáticas crónicas e intestinales y a leucemia infantil. También resulta beneficioso para pacientes que padecen diabetes y artritis reumatoide y para fortalecer el sistema inmunológico. Se ha demostrado que su consumo es clave tanto en la evolución del feto como en el desarrollo post-natal, en cuanto a altura, peso,

más fuerte se encuentre en sus propiedades para reducir el colesterol, disminuyendo los riesgos cardiovasculares. Es así que, en paralelo, se recupera la credibilidad en el producto y se lo posiciona como especial (Rodríguez, Lupín y Franco, 2014). Debido a ello, y sumado a los precios en alza y a la presión de demanda, en 1997 la Argentina exporta 5.600 toneladas de aceite, lo cual representaba casi la mitad de la producción total de ese año. Los principales mercados en ese momento fueron Brasil, Chile y EEUU.

Se registraría, también para esta época, un aumento de la demanda interna. Sin embargo, la importación se encontraba en crecimiento, principalmente de España, 1.814 toneladas en 1994 y 3.872 en 1995. Se importaban y exportaban cantidades similares, pero el importado resultaba ser una extracción química de baja calidad y el exportado era un 50% virgen de primera calidad. Pese a ello, en las góndolas de los supermercados se vendían ambos aceites al mismo precio. Las grandes cadenas ganaban así diferencias económicas importantes debido a la ignorancia del consumidor argentino y su creencia de considerar lo importado siempre superior a lo nacional.

Esta situación se revierte en 1998 con la incorporación de aranceles a la importación, compensatorios de los subsidios europeos<sup>5</sup>. En este marco, toma fuerza la Ley Nacional 2.021/1979 de Promoción Industrial (más conocida como Ley de Diferimiento Impositivo) posibilitando el aprovechamiento de las perspectivas favorables del mercado internacional y se expanden significativamente en las provincias de San Juan, La Rioja, Catamarca y Santiago del Estero, las hectáreas plantadas con olivos.

Esta Ley junto con la recuperación de los precios internacionales y la salida de la convertibilidad en el año 2001 produce un *shock* en el sector cuyo efecto en la oferta del aceite de oliva, se comienza a evidenciar recién a partir del año 2004 (las plantas producen recién a partir del cuarto o quinto año y su volumen crece hasta el décimo año en que entran en plenitud y se estabiliza la cantidad de aceitunas promedio por año).

Tras una época favorable a las exportaciones y de recuperación interna de la demanda, factores macroeconómicos adversos y la respuesta política de la administración de Cristina Fernández de Kirchner impidieron lograr plenamente el objetivo de una rentabilidad mínima aceptable para el productor del sector. El principal factor ha sido el atraso cambiario, es decir, la apreciación real del peso, que ha reducido la competitividad por precio de los productos exportables argentinos.

A lo anterior se sumaron el empleo sistemático de restricciones al comercio internacional con fines de control del mercado cambiario y la creciente

---

mineralización ósea, comportamiento y reflejos psico-motores. Según el COI el aceite de oliva no sólo proporciona los ácidos grasos esenciales suficientes para el recién nacido; su relación ácido linoleico-ácido linoleico es similar a la de la leche materna. Además, como todas las grasas y todos los aceites, el aceite de oliva es un alimento con gran valor calórico (9 kcal/g). Sin embargo, la experiencia demuestra que hay menos obesidad en los pueblos del Mediterráneo que en los pueblos de otras regiones. Lo anterior, se debe a que el aceite de oliva se acepta, entre otros atributos, porque tiene buen sabor, siendo un estímulo para comer verduras y hortalizas (COI). El aceite de oliva tiene tocoferoles, tocotrienoles,  $\beta$ -caroteno y diferentes compuestos fenólicos con una potente acción antioxidante, preventiva de enfermedades relacionadas con la vejez -como el deterioro cognitivo y la osteoporosis-. Esta es una diferencia con otros aceites vegetales.

<sup>5</sup> Los aranceles eran equivalentes a 1 dólar para el aceite envasado y a 0,8 para el importado a granel.

presión fiscal sobre el productor doméstico por crecientes necesidades fiscales. Así, el entorno doméstico de negocios de los últimos años, junto con la crisis del mercado brasilero y su política cambiaria y el enfriamiento del mercado internacional global, resultaron en un escenario desalentador de inversiones y más acorde a decisiones económicas privadas defensivas.

En cuanto al proceso de gestación y desarrollo de la actividad en la región del SOB, los acontecimientos más relevantes son los que se mencionan a continuación. Los primeros olivos fueron traídos por las familias inmigrantes españolas e italianas que tenían plantas en sus patios para autoconsumo. A nivel de actividad económica específica, los primeros ensayos surgen con la ley de 1932 -antes mencionada- en campos dedicados casi exclusivamente al pastoreo. Para 1943 unos 2.500 ejemplares del productor Martín Dithurbide estaban produciendo aceitunas y para septiembre del mismo año ya se exhibían en las vidrieras de la popular firma Gath & Chaves en la ciudad de Bahía Blanca bajo la marca Imán, parte de los resultados de los primeros ensayos de la fabricación artesanal de aceite de oliva de su emprendimiento. El éxito de su producto motivó la apertura en 1948 de la primera fábrica de aceite de oliva en la Provincia de Buenos Aires, empresa que desapareció tras la muerte de su fundador.

La mayor implantación de olivos por esos años -unas 8.000 hectáreas de campo- se llevó a cabo entre 1945 y 1948 a partir de gestiones de Juan Duarte en el partido de Coronel Dorrego. Algunos años después, el campo fue subdividido por razones de índole política y económica y esos olivos fueron en su mayoría abandonados (según relato de informante clave por no existir historia escrita hasta el momento y la revisión de notas del diario La Nueva de la ciudad de Bahía Blanca).

La conjunción de la Ley de Diferimiento Impositivo, el arancel a las importaciones impuesto en 1998 y el alza de los precios internacionales entre 2003 y 2007, generó un escenario que motivó a recuperar los montes implantados en los años '40 y expandir los horizontes productivos. Es así que se pasó de 185.000 plantas en producción en 1999 a 246.580 en el año 2007 (Picardi, Obiol y Bostal, 2011) y el volumen de aceite se multiplicó en consecuencia.

En cuanto a la calidad del producto, un determinante fundamental y favorable en el caso de la región, es la temperatura. El invierno en la zona es bastante frío y permite una alternancia importante de temperaturas, lo que beneficia a las plantaciones porque permite una maduración lenta de los frutos. La amplitud térmica y la acumulación de horas-frío permiten obtener un aceite con alto contenido oleico y alta concentración de fenoles. Según expertos, los aceites del SOB son los de mayor contenido de oleicos de las principales zonas productoras de la Argentina (Carelli, Ceci, González, Pezzutti y Gatica, 2015). Dado un umbral de buena calidad garantizado por condiciones naturales, es de esperar entonces que cuando las condiciones macroeconómicas son favorables, el productor reaccione positivamente a los estímulos del mercado gestionando su unidad productiva con perspectivas de crecimiento.

El SOB ha sido un actor muy pequeño en el contexto nacional y fue prácticamente ignorado durante los últimos 10 años por la competencia doméstica y el gobierno, al punto de no figurar entre las provincias mencionadas como productoras en el Programa de Aumento y Diversificación de las

Exportaciones (PADEX) presentado en enero de 2014. Volvió a tener relevancia política durante 2015 y a partir de las gestiones realizadas en el marco de proyecto de vinculación y transferencia de la Universidad Nacional del Sur con colaboración de otras universidades e instituciones intermedias de la región. El proyecto resultó ganador de dos ediciones consecutivas del concurso de financiamiento Manuel Belgrano del Ministerio de Educación de la Nación y sirvió de nexo entre los productores y sus cooperativas, y otros entes públicos tales como gobiernos municipales de la región, y los ministerios de producción y de relaciones exteriores de la Nación.

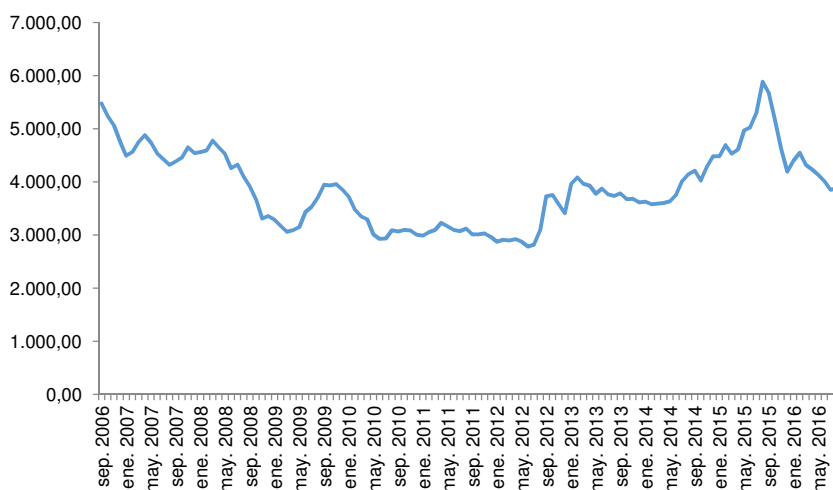
De esta forma, los productores del SOB accedieron a información y asesoramiento sobre diferentes programas de apoyo, entre ellos: Programa de Calidad de Alimento Argentino - PROCAL; Programas de formación y promoción de la Fundación Exportar; Promoción de alimentos argentinos para exportación - PROARGEX; marca Alimentos Argentinos; programas de financiamiento para mejoras tecnológicas de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica; acuerdos marco con universidades para el desarrollo de actividades conjuntas; entre otras.

#### **4. Aceite de oliva argentino y el SOB en números**

Según el Consejo Olivícola Internacional (COI), tomando los promedios 2008/9-2013/14, la producción y el consumo mundial de aceite de oliva virgen es de 2.951.800 y de 2.983.000 toneladas, respectivamente, constituyendo un virtual equilibrio que se sustenta en las características propias del producto -pérdida de calidad del stock con el paso del tiempo- y en las elasticidades de la demanda. El comercio mundial de aceite de oliva presenta una tendencia creciente a lo largo del período considerado y representa, en promedio, 730 mil toneladas por año a un precio medio Free On Board (FOB)/granel que evolucionó como se muestra en la Figura 1.

En la Tabla 1 se muestra el ranking de los cuatro principales productores, consumidores, importadores y exportadores (en porcentaje respecto al total mundial). Claramente la Unión Europea (UE) detenta el primer lugar tanto por el lado de la oferta mundial como de la demanda. A pesar de no ser el principal importador, su participación en el grupo mundial es alta. Es evidente que la producción y el comercio global responden considerablemente a lo que sucede en el mercado dominante. Sucesivamente se han visto vaivenes en la oferta y en la demanda en el mercado global, inducidos por el comportamiento de la producción y del consumo europeo. No es excesivo manifestar que los países productores no europeos -como es el caso de Argentina- responden fundamentalmente a los incentivos equilibrando el mercado internacional (González et al., 2015).





**Figura 1.** Precio FOB del aceite de oliva extra virgen a granel (en dólares por tonelada).

Fuente: <http://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=olive-oil>.

La Argentina es uno de los países proveedores del mercado mundial que ha logrado tener presencia en prácticamente todos los países que incorporan al aceite de oliva en sus canastas de consumo. No es un producto importante en términos de volumen comercializado, comparado con las exportaciones típicas del complejo agroindustrial argentino. Sin embargo, es un producto catalogado como *especiality* y el generado en el país es de muy buena calidad media, por lo que los precios convenidos han sido similares al del aceite europeo (Locatelli, Viego y Picardi, 2014). Es así que la olivicultura se ha convertido en una alternativa relevante para las economías regionales, principalmente en aquellos territorios no aptos para las actividades agrícolas y ganaderas tradicionales.

**Tabla 1.** Participación en el total. Datos promedio período 2008/9 a 2013/14

Productores		Consumidores		Exportadores		Importadores	
UE	71,7%	UE	59,8%	UE	67,2%	USA	38,0%
Turquía	5,7%	USA	9,4%	Túnez	16,1%	UE	13,7%
Siria	5,6%	Turquía	4,5%	Turquía	5,0%	Brasil	8,4%
Túnez	5,1%	Siria	4,2%	Siria	3,1%	ONP*	6,2%

\* Otros importadores no productores

Fuente: [http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures?lang=es\\_ES](http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures?lang=es_ES).

En base a los datos promedios del período que se está evaluando, según el COI la Argentina participa con el 0,8% de la producción mundial, el 0,2% del consumo -sus importaciones son insignificantes- y el 2,3% de las exportaciones, alcanzando el quinto lugar como exportador mundial. En relación a su distribución interna, según los datos del Ministerio de Agricultura de la Nación, actualmente las provincias con mayor concentración de olivos para aceite son las que oportunamente fueron promocionadas por la Ley de Diferimiento Impositivo (La Rioja, San Juan, Catamarca y Santiago del Estero). La superficie plantada con olivos es de aproximadamente 100.000 hectáreas. El consumo de aceite de oliva nacional era de 5.000 y pasó en el año 2011/12 a 6.000 toneladas por año.

Particularmente, en el SOB las fincas son PYMES y no superan las 100 unidades productoras, de las cuales solo 3 empresas tienen más de 300 hectáreas y 7 son almazaras. El 90% de los olivicultores son nacidos y viven en el SOB, y la olivicultura no representa para la mayoría de los productores su principal fuente de ingresos.

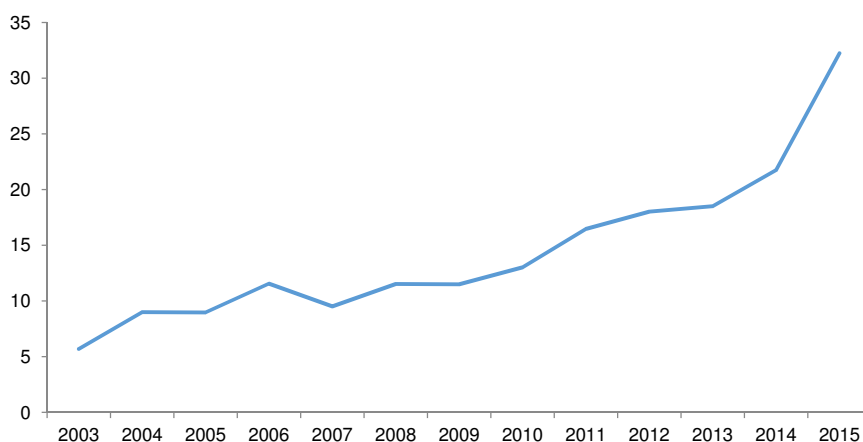
La producción de aceitunas para aceite es una alternativa para la diversificación aunque con particularidades propias de una actividad de lenta maduración -el olivo demora entre 8 y 10 años en iniciar su etapa productiva-. Requiere una inversión inicial importante por unidad de tierra aunque con posibilidades de aprovechamiento de economías de escala.

Se ha observado que el productor responde a los ciclos del negocio ajustando por el lado de los costos fijos, por ejemplo, al reducir la calidad del manejo del olivar. En consecuencia, los rendimientos de los productores de la región son muy dispares. Al mismo tiempo, se observan montes grandes -en general con olivos más antiguos- que no se cosechan en su totalidad mientras que, a la par, se están plantando nuevos.

Por el momento, el mercado regional absorbe toda la producción pagando un precio expresado en moneda local que, previa a la devaluación del peso, era significativamente mayor al FOB. Actualmente, el precio local es \$ 100 por litro en promedio ya que el producto se vende en diferentes presentaciones (vidrio, PET, etc.). En tanto, el precio a granel en el mercado interno es bastante más bajo, aún con la tendencia creciente que se observa en el Figura 2.

Por otra parte, el precio promedio envasado en el mercado externo es de US\$ 8. A un tipo de cambio de \$ 14,20 por dólar, esa opción exportadora resulta económicamente relevante. Sin embargo, la alternativa de exportación a granel no es aceptable ya que el precio que reciben los productores, neto de los gastos de exportación, es de US\$ 3.000 la tonelada.

Hay que considerar que en el SOB hay actualmente más de 2.600 hectáreas con olivos productivos que con rendimientos generalizados de 8,5 toneladas de aceitunas por hectárea y 18% en aceite por cada kilo. Se podría generar una oferta de aceite de oliva virgen extra de 3.978 toneladas, cifra que se acerca al 70% del consumo nacional, de calidad igual o superior a los aceites de otras regiones del país.



**Figura 2.** Precio por kg sin IVA (en \$ constantes)

Fuente: [http://www.bolsamza.com.ar/mercados\\_olivicola.php](http://www.bolsamza.com.ar/mercados_olivicola.php).

Dado el posicionamiento en el mercado nacional de productores de mayor tamaño con origen en otras provincias, se presenta una disyuntiva al productor del SOB ante la potencial saturación del mercado regional: competir en un mercado nacional acotado, aunque en expansión, o plantear estrategias de posicionamiento en el comercio internacional. Hasta el momento solo dos firmas han exportado aceite de oliva virgen extra y solo una de ellas ha repetido la operación. Falta de escala, de formación de los productores en cuestiones comerciales y de información son los principales inconvenientes observados a nivel micro. El precio local aún alto reduce los incentivos a extender el horizonte de planeamiento estratégico, mientras que la carencia de un entorno institucional que propicie una perspectiva global circunscribe las operaciones a estrategias de venta directa en locales propios y canales de distribución que concentran su atención en negocios minoristas de la misma región.

## 5. Competitividad, economías de escala y rentabilidad

En González et al. (2015) y Picardi, González y Valls (2015) se verifica que, en términos de estructura, la contribución del aceite de oliva virgen respecto del total de exportaciones argentinas de grasas y aceites vegetales es baja debido a la relevancia que el complejo soja tiene en el país y que, en el año 2013, representó casi un 80%. Por otro lado, el indicador de ventajas comparativas reveladas respecto de Europa y el mundo muestra desventajas aunque, como el indicador es creciente, puede inferirse que en un futuro se supere la unidad y finalmente se revelen las mismas.

En términos de relevancia se refleja la dependencia que existe respecto de los mercados de Estados Unidos y Brasil que, en conjunto, durante todo el periodo considerado representaron alrededor del 80% de las exportaciones

argentinas de aceite de oliva virgen. Sin embargo, la cuota que se posee en esos países es pequeña (se mantiene relativamente estable alrededor del 3% en el caso de EEUU mientras que en el mercado brasilero alcanza en 2007 el máximo del 24% y, finalmente, desciende año a año hasta llegar al 8%). Respecto de los mercados secundarios, si bien no son relevantes en términos de lo que representan sobre el total, merecen ser destacadas las cuotas en Chile, Uruguay, Paraguay y Bolivia, aunque, con excepción del primer mercado, los restantes muestran un descenso en los últimos años.

En lo relativo a la participación sectorial, Estados Unidos es el mercado que se comporta como el más dinámico hasta el año 2007, momento en que el indicador desciende hasta llegar a poco más del 12% en 2013. Brasil muestra un comportamiento relativamente estable alrededor del 20% con el máximo en el año 2013 del 28%. De los restantes destinos, se destaca el dinamismo constante de Canadá en valores que rondan el 10% y el máximo alcanzado por Paraguay en 2013 del 12,25%.

Aceptada una probabilidad no nula de colocación en el mercado internacional, a continuación se ofrece el plan de negocio y se calcula la tasa interna de retorno (TIR) de tres planteos productivos alternativos en cuanto a tamaño de la finca y tres mercados potenciales para un productor representativo del SOB (mercado interno, exportación fraccionada y exportación a granel). El plan de negocios que se evalúa es para una unidad productiva (finca individual o asociación de fincas) con una superficie total en producción de 10, 15 y 20 hectáreas, con 405 plantas por hectárea. El costo de una hectárea de tierra para olivicultura es como máximo de US\$ 1.850. La variedad de aceituna es la Arbequina por su probada adaptabilidad al suelo y al clima del SOB, que se destinará a la producción de aceite por contrato de fasón para su venta a granel o fraccionado. Se supone que el olivicultor es monotributista en la categoría más alta (L) y paga el 3,5% de Impuesto a los Ingresos Brutos.

Para los rendimientos anuales, se observa una gran variabilidad en la zona como resultado de la forma de manejo, razón por la cual se va a trabajar con dos alternativas. La hipótesis pesimista, implica baja incorporación de tecnología (resultado de la coyuntura económica que determina una rentabilidad baja como para afrontar costos operativos altos frente a la incertidumbre del contexto económico). Por otro lado, se dispone de una serie de rendimientos más probables cuando se aplican correctamente las buenas prácticas en el olivar. Ambos fueron consensuados oportunamente con los actores del propio sector (Tabla 2).

En cuanto al rendimiento en aceite se toman los valores medios de los datos reales que tienen las aceiteras y productores de la zona, uno bajo del 15% y uno regular del 18%. La elaboración de aceite se hace mediante un contrato con una aceitera, que cobra \$ 12,20 por litro. Los costos de preparación del suelo y de plantación<sup>6</sup> se calculan para una densidad de 405 plantas por hectárea. Hay que considerar además que del 1º al 4º año se debe hacer una reposición del 10% por mortandad a un valor de la planta más el tutor de \$ 70 por unidad. Estos costos

---

<sup>6</sup> Los costos de preparación de suelo y de plantación incluyen la marcación del terreno, control de hormigas, aplicación de herbicidas, pasada de rastra y subsolador, hoyado, aporcado, plantín, tutor, mano de obra, flete y control de liebres.

no tienen economías de escala, dado que son directamente proporcionales a la cantidad de hectáreas plantadas.

**Tabla 2.** Rendimiento por hectárea en kilos.

Años 1-3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Años 11-20
0	1.000	1.500	3.000	4.500	6.000	7.000	8.000	8.800
0	1.644	2.688	4.620	6.850	8.760	9.360	10.560	10.560

Fuente: elaboración propia sobre la base de datos entregados por los olivicultores y asesores del SOB.

El mantenimiento del lote en condiciones de limpieza aceptables para la cosecha requiere de 2 pasadas de rastra por año que forman parte del costo de mantenimiento anual, lo que equivale a \$ 450 por hectárea. Por otra parte, se requieren de 40 litros anuales de gasoil. Además, en la región la actividad se desarrolla con riego por goteo para lo cual se imputan el costo de una perforación en suelo franco arenoso, de 40 metros de profundidad y a ello se suma el de la bomba. En el caso de un olivar de 20 hectáreas la potencia de la bomba debe ser mayor por lo que la inversión aumenta (el costo de la perforación es el mismo sin importar las hectáreas a regar). El costo de la perforación y la bomba es de \$ 27.000, a lo que debe sumársele el tendido de los caños, lo que implica una variación según el tamaño de la finca, con un 10% de economías de escala, según lo informado por técnicos especialistas.

También se incluye la compra de equipamiento básico (tractor Zanella de segunda mano, que representa el 86% de esta inversión, una desmalezadora que es el 1,2% de la misma y un carro) que no presenta economías a escala en su costo operativo y de mantenimiento, por un valor total de \$ 198.200.

El costo de la energía es el que más se incrementó en el presente año debido al ajuste tarifario. De todas maneras, el riego es necesario sólo durante 12 semanas por año, y luego se va incrementando en función de las necesidades de las plantas dada por la masa foliar. El mismo es complementario a las precipitaciones y se hace un control de humedad en el suelo en forma periódica para definir la necesidad específica<sup>7</sup>. Dentro de los costos de producción se incluye la fertilización, mantenimiento del monte, el tratamiento fitosanitario y la poda que no presenta economías de escala al igual que en el de cosecha manual, que se consideró de \$ 3,50 por kilo<sup>8</sup>.

Se considera una vida útil de 20 años y se incluye el valor residual por valor de mercado de un olivar en la zona (correctamente mantenido y en producción se estima en US\$ 20.000 por hectárea). Además, se imputa el costo asociado a la contratación de un empleado permanente que puede atender tanto 10 como 20 has., según los sueldos pagados en la zona. Claramente, en este ítem

<sup>7</sup> El costo de mantenimiento del sistema de riego según los asesores técnicos es poco significativo por lo que se sugirió no incluirlo en el flujo, por tanto se dificulta su estimación ya que depende de la cantidad de bocas que se puedan haber roto o tapado, el grado de salinidad del agua, etc., pero con filtros y químicos muy básicos se soluciona fácilmente el problema. Se deja de lado, obviamente, roturas aleatorias de algún componente del sistema, sobre todo de las electroválvulas.

<sup>8</sup> Distinto sería el caso si la cosecha fuera mecánica.

hay una significativa economía de escala al igual que en el caso del riego. Este empleado permanente capacitado, podría cumplir con las tareas de mantenimiento y poda del olivar en función de una planificación estratégica de las labores y si se contratan jornaleros para la cosecha.

Los insumos y costos necesarios para la actividad se fijan en cada alternativa evaluada según las prácticas de manejo típicas de la zona, que se han definido junto con los técnicos y los productores. Con estos datos se evalúan alternativas considerando que las empresas tienen la posibilidad de exportar a granel o fraccionado (por ejemplo, el caso de la formación de un consorcio que saque sus contenedores por el puerto de Ingeniero White), o vender fraccionado en el mercado regional. Se incluyó el costo de comercialización de un 7% del precio y un promedio de \$ 15 por litro para el etiquetado y envasado. Se considera un precio FOB neto de los costos de exportación, que sería el que recibe el productor en el caso de exportar fraccionado, que es el 13,6% superior al que recibe si lo vende en el mercado interno en la misma forma de presentación, mientras que, si lo exporta a granel, recibe un 21,12% respecto del mismo parámetro.

Las Tablas 3 y 4 muestran las TIR relevantes a partir de la consideración de las distintas alternativas. No se presentan las tasas de retorno de exportar a granel, ya que las mismas resultaron negativas aún en el caso de mayor rendimiento de la planta en términos de aceitunas, de las aceitunas en términos de aceite y el tamaño más grande de la finca.

**Tabla 3.** TIR positivas de las alternativas (con venta en el mercado interno).

	Rendimiento de la aceituna	10 has	15 has	20 has
Rendimiento alto de la planta	15%	11,60	12,33	15,16
	18%	14,00	16,68	19,33
Rendimiento bajo de la planta	15%	7,00	7,43	10,22
	18%	11,22	11,94	15,37

**Tabla 4.** TIR positivas de las alternativas (con venta en el mercado externo).

	Rendimiento de la aceituna	10 has	15 has	20 has
Rendimiento alto de la planta	15%	15,38	17,04	23,73
	18%	19,28	22,03	24,21
Rendimiento bajo de la planta	15%	11,04	12,06	15,03
	18%	14,55	15,28	18,13

Fuente: elaboración sobre la base de cálculos propios.

Sintetizando, casi todas las TIR superan el costo de oportunidad del capital, establecido en un 10%, siendo más atractivas las que suponen la exportación del aceite de oliva fraccionado. Las únicas alternativas que no cumplen con la rentabilidad exigida del 10% son las de las fincas de 10 y 15 hectáreas en las que se ha obtenido el menor de los rendimientos del olivar y de la aceituna.

De los casos analizados se desprenden las siguientes observaciones:

- En las alternativas de exportación a granel, la rentabilidad dio negativa en todos los casos. Ello indica que ni las economías resultantes del aumento en el tamaño de la finca y el mejor aprovechamiento de la bomba, la perforación y el equipamiento, del empleado permanente y el ahorro del 10% en el tendido de los caños de riego, pueden revertir la TIR negativa.
- Si la exportación es fraccionada, las TIR resultantes más altas son las de la finca de 20 hectáreas, lo que se debe al aprovechamiento de las economías de escala en algunos de los costos, tales como el de mano de obra de mantenimiento de la finca, según se ha explicado.
- La alternativa de vender en el mercado interno resulta ser la segunda mejor opción, pero la más elegida por los productores en función de las limitaciones que se ha detectado respecto a sus capacidades de proyectar y ejecutar la venta en el mercado externo.

## **6. Conclusiones**

Existe un cluster olivícola incipiente en el SOB conformado por empresarios rurales pequeños y medianos propietarios de fincas con montes de olivos en producción, algunos de ellos con almazaras que proveen de servicio de extracción del aceite a los restantes. En general, los productores tienen algún grado de interconexión por fuera del plano comercial, a partir de la cámara olivícola zonal, varias cooperativas y eventos relacionados con la actividad y otros de carácter social. Además, cuentan con apoyo de los gobiernos municipales, provinciales y nacionales a partir de iniciativas y gestión de distintos departamentos académicos de una universidad nacional, que se traducen en cursos, demostraciones, viajes a otras zonas productoras e incentivos para la participación en concursos y eventos internacionales con fines comerciales.

Dicho cluster presenta varias debilidades. En primer término, hay que destacar la existencia de economías de escala que no son aprovechadas por los productores y pocos incentivos para que se haga un manejo eficiente del olivar. Esto se debe a que hay muchas fincas de 10 o menos hectáreas que presentan altos costos fijos. En consecuencia, existe mucha diversidad en cuanto a la eficiencia técnica y el resultado económico.

El aceite de oliva argentino se introdujo ya en todos los mercados mencionados y el SOB tiene la oportunidad de aprovechar las buenas condiciones coyunturales del negocio para fortalecerse. La mejor TIR exportando se obtiene

para el caso de 20 hectáreas, alta tecnología y 18% de rendimiento en aceite y venta fraccionado.

Los resultados de este trabajo evidencian que más allá de los esfuerzos realizados por las políticas públicas de apoyo a la olivicultura del SOB y de la excelente calidad del producto de la región como para posicionarse en el mercado mundial, la política cambiaria ha sido el principal determinante de las decisiones de inversión, producción y comerciales. Por ello, mientras que previo a la devaluación del peso, el mercado externo no era atractivo, luego se volvió la alternativa más rentable. Esto debido a que el aumento de los costos de producción tras la devaluación no resultó igual aún ni en proporción ni velocidad.

A pesar de lo mencionado, debido a que la rentabilidad de la opción interna de comercialización es aún alta y a las dificultades que los productores han mostrado para concientizarse de su potencial para colocaciones en el exterior, la opción exportadora resulta de difícil concreción. En este sentido, resulta fundamental sostener y robustecer el cluster conformado con instituciones intermedias y educativas para extender el horizonte temporal del negocio y definir una estrategia conjunta de posicionamiento.

## Bibliografía

- Arteche, M., Santucci, M., y Welsh, S. (2013). Redes y clusters para la innovación y la transferencia del conocimiento. Impacto en el crecimiento regional en Argentina. *Estudios Gerenciales*, 29(127), 127-138.
- Carbajal, A. y Ortega, R. (2001). La dieta mediterránea como modelo de dieta prudente y saludable. *Revista Chilena de Nutrición*, 28(2), 224-236.
- Carelli, A., Ceci, L., González, M., Pezzutti, A., y Gatica, C. (2015). Informe técnico sobre calidad aceites del SOB, Proyecto Aceite de oliva del sudoeste bonaerense - Potencial regional exportado. Recuperado de <http://www.oppad.uns.edu.ar/docs/oliva/mbii/informes/Informe%20final%202015%20V3%20analisis%20CALIDAD.pdf>
- Delgado, N. (2000). *As relações entre a macroeconomia e a política agrícola. Provoações para um debate iterrompido*, *Estudos Sociedade e Agricultura*, (14), 173-180.
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D. y Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de la CEPAL*, (59), 39-52.
- González Gómez, D. (2013). *Promoción de agrupamientos empresariales como política para el desarrollo local. Caso: Programas sistemas productivos locales*. Tesis de Maestría en Administración de Negocios, Universidad Nacional de Mar del Plata. Recuperado de: [http://nulan.mdp.edu.ar/1927/1/gonzalezg\\_da\\_2013.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1927/1/gonzalezg_da_2013.pdf)
- González, G., Valls, L. y Picardi, S. (2014). Desempeño competitivo argentino reciente en el mercado internacional de aceite de oliva. *Revista de Economía Agrícola*, 60(1), 41-51.



- González, G., Picardi, S. y Valls, L. (2015). Mercados, desempeño comercial y capacidad para competir del aceite de oliva virgen argentino. *Regional and Sectoral Economic Studies*, 15(2), 157-172.
- Hadad, M. (2015). *Guía metodológica para estimar impacto de la generación de clusters agroindustriales*, Trabajo final curso Economía Agraria del Magister en Economía Agraria y Administración Rural del la Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca: UNS.
- Locatelli, J., Viego, V., y Picardi, S. (2014). Análisis de los precios FOB argentina del aceite de oliva virgen, Informe proyecto Desarrollo comercial del aceite de oliva del sudoeste bonaerense - Consorcio regional exportador. Recuperado de: <http://www.oppad.uns.edu.ar/docs/oliva/mbi/informes/PUBLICACION%202014%20Informe%20precios%20-COI.pdf>
- Picardi, S., González, G., y Valls, L. (2015). Aceite de oliva: el mercado mundial y el desempeño comercial de la Argentina. *Agroalimentaria*, 21(41), 81-93.
- Picardi, S., Obiol, L. Bostal, F. (2011). La olivicultura: una actividad innovadora en el sudoeste bonaerense, mesa temática: agricultura familiar sostenible frente a la globalización de espacios rurales del VII Seminario Internacional de Desarrollo Rural: *Mundos rurales y transformaciones globales*, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Picardi, S. y Tedesco, L. (2009). Desarrollo, políticas públicas y clusters: el caso de la agroindustria en la Argentina. Comunicación presentada en la XL Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Agraria. Bahía Blanca, AAEA.
- Rodríguez, E., Lupín, B., y Franco, G. (2014). Análisis del perfil de consumidores de aceite de oliva en los mercados internacionales, Desarrollo Comercial del aceite de oliva del SOB - Consorcio regional exportador. Recuperado en: <http://www.oppad.uns.edu.ar/docs/oliva/mbi/informes/4%C2%BA%20INFORME%20TECNICO-MdP-1.pdf>
- SAGPyA (2004). Informe del sector olivarero, Subsector productor de aceite de oliva, Dirección Nacional de Alimentos de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Nación Argentina. Recuperado en: [http://www.minagri.gob.ar/sagpya/economias\\_regionales/\\_olivo/\\_informes/Subsector\\_productor\\_de\\_aceite\\_de\\_oliva.pdf](http://www.minagri.gob.ar/sagpya/economias_regionales/_olivo/_informes/Subsector_productor_de_aceite_de_oliva.pdf)