

LA CADENA OLIVÍCOLA EN EL SUDOESTE BONAERENSE

A nivel mundial, España, Grecia e Italia son los mayores productores de aceite de oliva. España, Egipto, Turquía y Argelia concentran casi el 70% de la producción de aceituna de mesa del mundo. Los principales países productores de aceituna de mesa son los principales consumidores, destacándose Egipto, Turquía y Argelia, con consumos mayores a 300 mil toneladas anuales. Estados Unidos, Brasil e Italia son también grandes consumidores.

El principal mercado de destino de las aceitunas argentinas es Brasil (85% de las exportaciones), aunque en los últimos años se observa una pérdida en favor de alternativas más competitivas.

A nivel nacional, el desarrollo de la olivicultura se da en el noroeste en provincias como La Rioja, Mendoza, San Juan y Catamarca, y en menor medida en Córdoba y Buenos Aires. Existen más de 20 variedades de olivo, incluyendo la variedad autóctona "Arauco", también se distinguen la olivicultura tradicional (variedad Arauco), con baja densidad y cosecha manual, y la moderna, con plantaciones intensivas, riego presurizado y cosecha mecanizada.

Existen diferencias socio productivas (tamaño de las explotaciones, prácticas de manejo productivo y comercial) y el apoyo institucional local/regional. Esto permite contar con productos diferenciados, lo que resulta relevante para ofrecer cierta variedad en el ámbito nacional y contar con opciones diversas en el ámbito internacional. Se exporta entre el 75% y el 80% de la producción nacional.

A nivel provincial, Buenos Aires participa del 2% del total nacional. En Coronel Dorrego, Villarino, Puán, Bahía Blanca, Coronel Rosales, Tornquist y Patagones se producen aceites de oliva virgen de alta calidad. Hay cerca de 48 explotaciones con más de 2.500 hectáreas de olivos implantados, entre los que se desarrollan tanto emprendimientos familiares como de gran escala. La producción anual promedio de aceite de oliva virgen en la región supera el millón de litros.

Hay en funcionamiento 5 plantas de elaboración de aceite, con 11 productores que procesan, envasan y comercializan su propia marca. Coronel Dorrego exporta el 80% del aceite de oliva orgánico que elabora. En Bahía Blanca hay 12 establecimientos de producción olivícola.

Sobre la base de estudios realizados por Tedesco y Matías (2021), puede decirse que en el SOB, en promedio se producen 8,5 toneladas de aceitunas por hectárea, obteniéndose un 18% de aceite por cada kilo. La mayoría de las fincas tiene hasta 15

hectáreas (55%), y solo el 8% supera las 100. Se podrían generar 3.978 toneladas de aceite de oliva virgen extra, cerca del 70% del consumo nacional, de calidad igual o superior a los aceites de otras regiones del país.

La estrategia del negocio desarrollada por los productores del SOB es la diferenciación a partir de la elaboración de aceites de oliva de muy buena calidad, fraccionado localmente y destinados a mercados consumidores exigentes. Particularmente, las fincas del SOB son PyMEs y no superan las 100 unidades productoras. Solo 3 empresas tienen más de 300 hectáreas y 7 son establecimientos de extracción de aceite.

El 40% de los establecimientos olivícolas realizan la extracción de aceite de la aceituna en otra finca. Un porcentaje similar lo hace en la propia finca y en cooperativas, como la de Coronel Dorrego y Puán. La extracción de aceite por encargo es uno de los ítems que constituyen un ingreso para las fincas, sin embargo, este principalmente viene de la venta exclusiva de aceite, seguido por la venta exclusiva de aceitunas o de ambas al mismo tiempo.

En cuanto a la comercialización, los productores eligen mayormente el canal minorista, sobre todo en puestos cercanos a la ruta frente a las fincas (circuitos cortos de comercialización). Incluso fuera de la región prevalece la venta minorista. Solo 2 productores exportan, y sólo 2 fincas venden su aceite directamente a los restaurantes.

La presentación que prevalece en la diversidad de ofertas es el envase de medio litro, que junto con el de litro, representan algo más de la mitad de las ventas. La venta de envases de 3 y 5 litros es también significativa, y con la menor participación se encuentra el de $\frac{1}{4}$ de litro.

Algunos de los desafíos para el crecimiento de la cadena de valor olivícola son el lento crecimiento, la sostenibilidad de los pequeños y medianos productores, que dificulta el ingreso de nuevos productores por la alta inversión, las dificultades de los productores del SOB para lograr el autofinanciamiento porque no hay incentivos a la producción, sumado a los vaivenes propios del mercado. Por esta razón, muchos abandonan el olivar o postergan proyectos de expansión.

El cambio en la conducta alimentaria de los consumidores hace que la demanda de aceite de oliva esté en crecimiento, ya que se aprecia y valora sus atributos como la calidad y beneficios para la salud. Es necesario contar con políticas y proyectos que incentiven la puesta en marcha de este tipo de actividad productiva, colaborando con el productor para poder acceder a fuentes de financiamiento y mercados internacionales.

Autora: Dra. Gabriela Cristiano