



INFORME MICROECONÓMICO

31 de julio de 2019 / N°: 70

OLIVICULTURA: Panorama del negocio olivícola..... 2

En esta entrega se realiza un análisis de la situación económica, financiera, productiva y comercial de la olivicultura argentina, a partir del relevamiento a la región Valles Cordilleranos de CREA. Evolución en la última década y particularmente en la campaña 2018/19.





OLIVICULTURA: Panorama del negocio olivícola

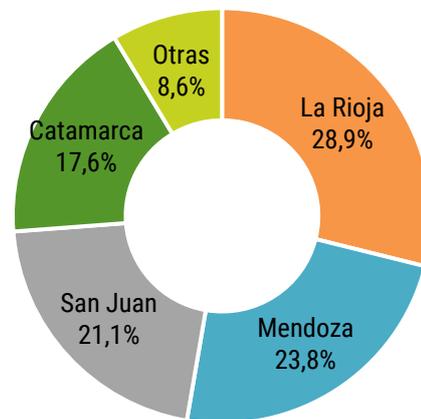
En esta entrega se realiza un análisis de la situación económica, financiera, productiva y comercial de la olivicultura argentina, a partir del relevamiento a la región Valles Cordilleranos de CREA. Evolución en la última década y particularmente en la campaña 2018/19.

LA CADENA OLIVÍCOLA EN ARGENTINA. En Argentina, en el año 2017, el 91% de la producción olivícola se ubica en las provincias de la regiones de Cuyo y NOA, y en menor medida en las provincias de Córdoba (6%), Buenos Aires (2%) y Río Negro (1%). También se registran producciones en Salta, San Luis y Neuquén. La superficie actual es de 90 mil hectáreas y la producción de 356 mil toneladas de aceitunas, con destino a aceite (75%) y de mesa (25%)¹.

Los productores olivícolas comercializan con 116 industrias productoras de aceite y 157 establecimientos de elaboración de aceituna de mesa. A su vez, aproximadamente el 80% del aceite y el 60% de las aceitunas de mesa se destinan al mercado externo, y el restante se comercializa en el mercado interno. Se resalta que la producción industrial se encuentra ubicada en la zona de producción primaria. Sin embargo, la provincia de Santa Fe cobra gran importancia por contar con plantas fraccionadoras y exportadoras².

En 2015, el estudio de Cadenas de Valor Agroalimentarias³ calculó que el eslabón primario aporta el 67% del valor agregado de la cadena olivícola, mientras que el sector manufactura aporta el 24% y el transporte 9%. En cuanto a la generación de puestos de trabajo, la olivicultura en total emplea a 8.665 personas (producción primaria 61%, industria 24%, y transporte 5%). Encontrándose dentro de las 10 cadenas que mayor demanda de empleo poseen.

Participación de las provincias en la superficie olivícola en Argentina año 2017



Fuente: Movimiento CREA en base a Secretaría de Agroindustria.

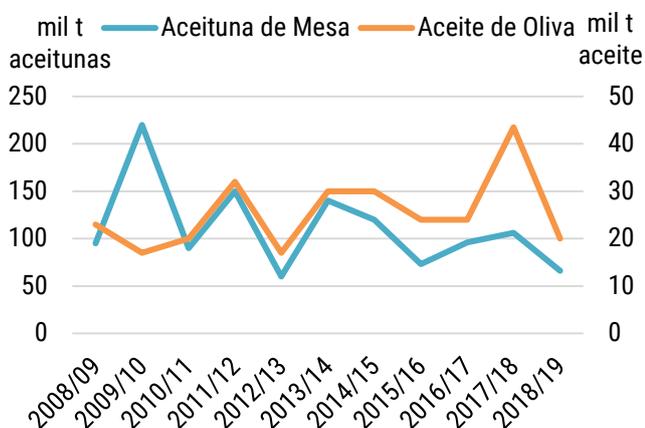
¹ https://www.economia.gob.ar/peconomica/docs/2018/SSPMicro_Cadenas_de_valor_Olivicola.pdf

² https://www.economia.gob.ar/peconomica/docs/2018/SSPMicro_Cadenas_de_valor_Olivicola.pdf

³ https://www.agroindustria.gob.ar/sitio/areas/ss_alimentos_y_bebidas/_pdf/CadenasAgroalimentarias-v29-01-19.pdf

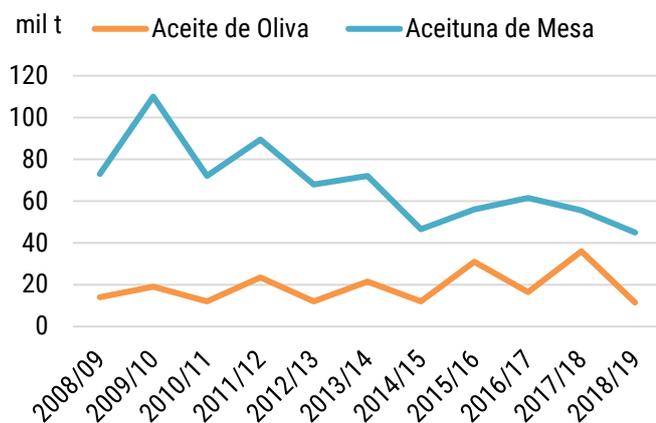


Producción argentina de productos olivícolas



Fuente: Movimiento CREA en base al COI.

Exportaciones argentinas de productos olivícolas



Fuente: Movimiento CREA en base al COI.

LA OLIVICULTURA ARGENTINA EN EL MUNDO. El consumo nacional de los productos olivícolas es sumamente bajo, registrándose 900 g de aceitunas de mesa y 180 g de aceite de oliva per cápita, por año. En la Unión Europea, el consumo de aceite de oliva se ubica en el rango de 2,7 - 3,7 kg/hab/año y el de aceituna de mesa en 1,0 - 1,3 kg/hab/año.

En el promedio de las últimas 10 campañas, la producción de aceite de oliva es de 25,5 mil t y la de aceituna de mesa es de 110,6 mil t, según el Consejo Oleícola Internacional (COI). Con estas cifras, Argentina en el ranking mundial es el 10° productor de aceite de oliva y 9° productor de aceituna de mesa en la campaña 2018/19. Manteniéndose entre los puestos 7° y 10° productor mundial, de ambos productos, en la última década.

Respecto a la exportación, ocupa el 8° puesto en aceite de oliva y el 5° puesto en aceituna de mesa, en la última campaña. Pero considerando los valores comercializados en la década, es el 5° exportador de aceite de oliva y 4° exportador de aceituna de mesa. En 2018, el volumen exportado fue de 21,5 mil t de aceite de oliva y 54,2 mil t de aceituna de mesa, equivalentes a 82,1 mil USD y 72,2 mil USD, respectivamente. Respecto al promedio del período 2008-2018, los valores actuales se encuentran relativamente estables en aceite de oliva y por debajo en aceituna de mesa.

El 83% de los productos olivícolas argentinos se exportan a Brasil y a España. Además, una proporción importante del aceite de oliva se destina a Estados Unidos, y en el caso de las aceitunas de mesa, cobran importancia los países vecinos (Uruguay, Chile y Paraguay), según los datos del año 2018 del INDEC. En este sentido, los recientes anuncios del acuerdo comercial MERCOSUR – Unión Europea (UE) presenta una oportunidad para el sector agroindustrial. Por lo que, la apertura de nuevos negocios y consolidación de acuerdos es fundamental para fomentar la producción olivícola. Es así que, oficialmente se está en conversaciones con Canadá, países Europeos, y Corea del Sur.



Sin embargo, hoy el foco está en determinar los detalles del acuerdo comercial MERCOSUR – UE dado su incidencia, tanto en el país como en el mercado brasilero, especialmente considerando los antecedentes en los volúmenes comercializados de aceituna de mesa luego del convenio MERCOSUR – Egipto.

LA PRODUCCIÓN OLIVÍCOLA EN ARGENTINA. El olivo es un árbol perenne de escasa altura originario del Medio Oriente. Su cultivo se extendió por el Mediterráneo, llegando a América a través de los europeos. En Argentina, se encuentra el ejemplar vivo más añoso del continente (de 400 años de edad), declarado “Monumento Histórico Nacional” (Decreto N° 2232/1946) y se lo puede visitar en el pueblo de Aimogasta, departamento de Arauco, provincia de La Rioja. Posteriormente se estableció el 24 de mayo el “Día Nacional de la Olivicultura” (Decreto N°7030/1953).



El olivo puede crecer en diferentes zonas, pero sólo puede producirse adecuadamente bajo ciertas condiciones edafoclimáticas. Se destaca que esta especie posee tolerancias a bajas temperaturas y a suelos poco fértiles. El rango óptimo de temperaturas se ubica entre 10°C y 30°C (clima templados-cálidos), requiere un buen drenaje y suelos profundos (sensible a la falta de oxígeno, ya sea por exceso de agua o compactación o napas cercanas), preferiblemente con escasa presencia de sales y pH neutro. Existen más de 20 variedades de olivo en el país, incluyendo la variedad autóctona “Arauco”⁴. Cada variedad presenta características que las hacen más afines a la industria aceitera o de conserva. La participación de variedades en la superficie nacional, en 2017, se divide en 50% con destino a aceite, 30% con destino a conserva, y 20% con doble propósito⁵.

La producción de aceitunas es fluctuante. En parte debido al fenómeno “vecería”, donde se alternan años de abundante con años de escasa cantidad de frutos y, por otra parte, a la ocurrencia de eventos climáticos adversos. La vecería afecta a numerosos árboles frutales causando problemas de manejo, comerciales y económicos. Este fenómeno es especialmente pronunciado en los olivos de más de 10 años de edad⁶. Estudios realizados indican que el principal factor determinante en el hábito de alternancia de producción es la inhibición de la inducción floral, siendo las semillas en los frutos en desarrollo las inhibidoras del crecimiento de las futuras yemas florales. La eliminación de los frutos dentro de las 6-7 semanas posteriores a la floración incrementaría la floración del año siguiente, mientras que las estrategias referidas al raleo de plantas, poda de ramas y riego no han sido efectivas⁷. Sin embargo, el raleo de frutos en olivos es una práctica compleja, por lo que se opta por acortar o alargar el período de cosecha como estrategia de manejo. En cuanto a las condiciones climáticas, adversidades como las heladas, el granizo, los vientos fuertes, los excesos o deficiencias de agua, afectan directamente a la producción de olivos.

⁴ https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-catalogo_de_var.pdf

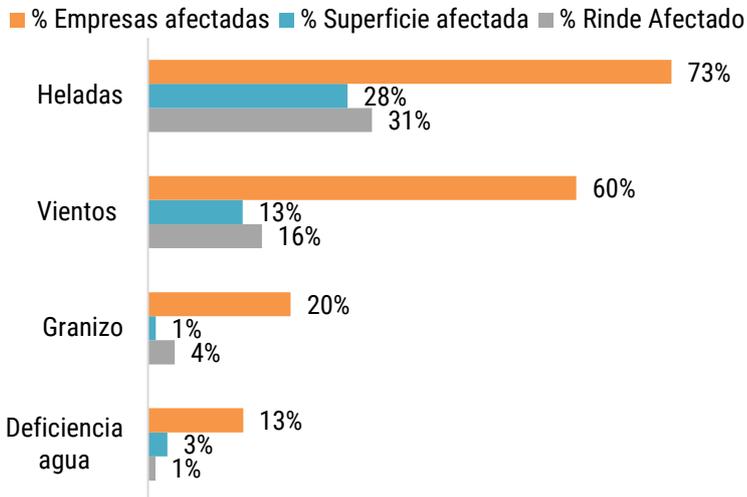
⁵ https://www.economia.gob.ar/peconomica/docs/2018/SSPMicro_Cadenas_de_valor_Olivicola.pdf

⁶ <https://www.ijcmas.com/7-9-2018/Darpreet%20Kour.%20et%20al.pdf>

⁷ https://www.researchgate.net/publication/28272801_Fructificacion_y_produccion_en_olivo



Adversidades climáticas en la campaña 2018/19 de olivo



Fuente: Encuesta SEA CREA Valles Cordilleranos.

En la campaña 2018/19, el 87% de las empresas olivícolas CREA fueron afectadas por una o más adversidades climáticas. Se destacan las heladas y los vientos fuertes como las adversidades que afectaron a mayor cantidad de empresas y hectáreas, como así también a la productividad, según el Sistema de Encuestas Agropecuario (SEA) CREA de la región Valles Cordilleranos (VAC) realizada en mayo 2019. El rendimiento promedio planificado a inicios de la presente campaña fue de 11.300 kg /ha para olivos con destino a aceite y de 9.400 kg/ha para olivos con destino a conserva. Debido a los eventos climáticos adversos mencionados, el rinde efectivamente cosechado fue cercano a 9.000

kg/ha en olivos para aceite y a 4.700 kg/ha en olivos de mesa. Es decir, el desvío entre rinde efectivo y planificado es de -14% en olivos para aceite y de -32% en olivos de mesa.

GASTOS E INVERSIONES DE LA PRODUCCIÓN DE OLIVOS. Para obtener una planta de olivo, a diferencia de otros cultivos no se utilizan semillas, sino que se emplean “estaquillas” (pequeñas ramas de olivo). Esta forma de reproducción radica en que los olivos provenientes de semillas no necesariamente mantienen las características de las variedades originales, por el contrario, las estaquillas son “clones” de las plantas originales. La obtención de plantines requiere que las estaquillas estén un año con estricto control de temperatura y humedad (en viveros) y previo a la comercialización, los plantines tienen un período de adaptación en condiciones no controladas (al aire libre). Los productores de olivo elegirán los plantines en base a las variedades y el modelo de plantación (densidad y distribución de las plantas) que sean acordes a la localización de los establecimientos (condiciones agroclimáticas) y el propósito de comercialización. Por otro lado, deberán analizar el estado de los suelos y realizan las correcciones físicas (nivelaciones, drenaje, infiltración) y/o químicas (enmiendas orgánicas e inorgánicas) que sean necesarias, antes de plantar los olivos. También deberán elegir la época en que se realizará la tarea, procurando disminuir la posibilidad de ocurrencia de heladas. Todas las tareas aquí mencionadas son de suma importancia en la definición del potencial de productividad y calidad de los productos.





Existen diferentes modelos de plantación (tradicional, intensivo de baja y alta densidad, y superintensivos), que varían en los montos de la inversión inicial y en el capital operativo necesario por hectárea. Como así también, la entrada en producción y la vida útil de las plantas, la eficiencia en el uso de recursos, el manejo del cultivo y la tecnificación. Los modelos más frecuentes en nuestro país son los intensivos y superintensivos ⁸, principalmente para adaptar las plantas al formato de cosecha y al tipo de maquinaria.

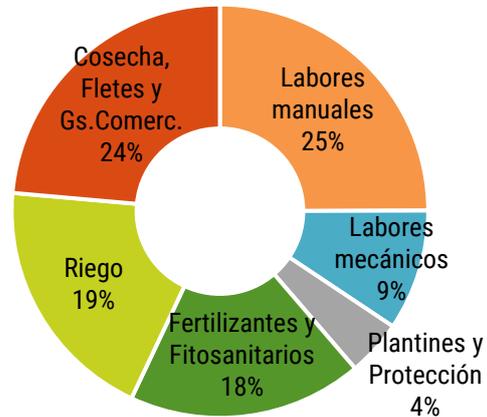
Es importante resaltar que desde la plantación hasta que el olivo es productivo pasan entre 3 y 5 años. Período en el cual los productores realizan inversiones y gastos, que incluye labores mecánicas y manuales, insumos, riego, asesoramiento y administración, maquinaria y herramientas, rodados, infraestructura, etc.

En la presente campaña, los rubros con mayor incidencia son las labores manuales junto con la cosecha (incluyendo fletes y gastos comerciales), seguidos del riego y los insumos. Estos 4 rubros representan el 86% de los gastos directos (se excluyen administración, estructura y arrendamiento).

Si bien el dato de la campaña 2018/19 refleja el estado general de las empresas, la participación de los rubros varía a lo largo de

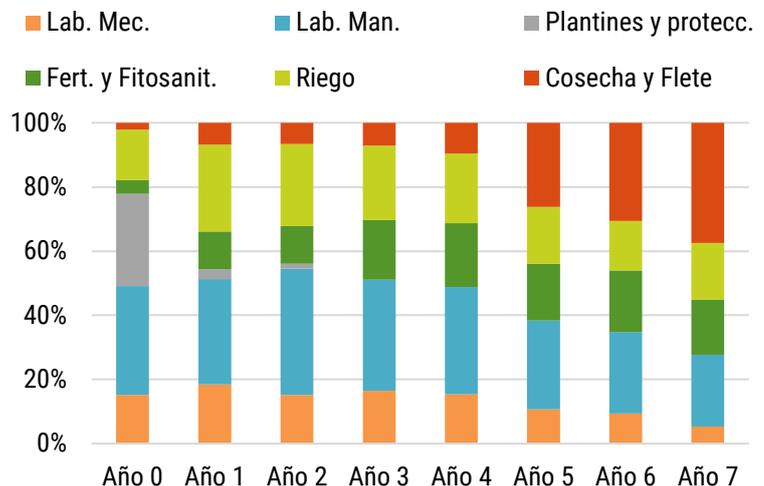
los años. A pesar de ello, las labores manuales son de gran relevancia, representando entre 20-40% de los gastos directos, al igual que el riego (en torno a 15-25% del gasto directo).

Participación de los rubros en los gastos directos del olivo en 2018/19



Fuente: Encuesta SEA CREA Valles Cordilleranos.

Evolución de la participación de los rubros en los costos directos del olivo desde el inicio del cultivo hasta entrado en producción



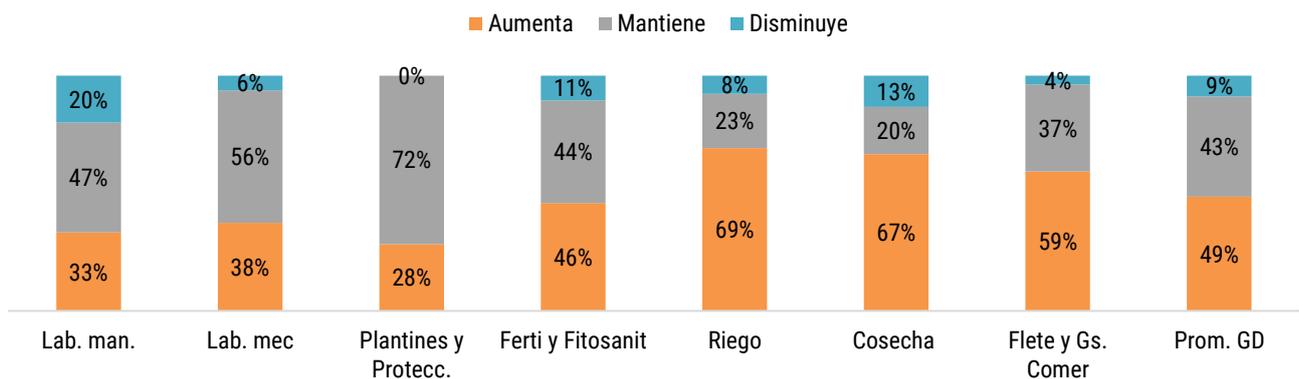
Fuente: Movimiento CREA.

⁸ https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-inta_manual_plantacion_olivo.pdf



Según la encuesta SEA CREA de la región Valles Cordilleranos de mayo 2019, el 49% de los productores de olivo esperan que dentro de un año los gastos directos aumenten, mientras que el 43% espera que se mantengan estables y sólo el 9% espera una disminución. En detalle, los productores olivícolas proyectan que las mayores subas de costos se den en los rubros de riego y cosecha.

Expectativa de variación de gastos directos dentro de un año vs hoy



Fuente: Encuesta SEA CREA Valles Cordilleranos.

PRECIOS DE LAS ACEITUNAS. En el primer semestre de 2019, los precios promedio⁹ de las aceitunas para aceite presentan los menores valores en el período 2008-2019, dado que la diferencia porcentual entre el precio promedio del corriente año y el menor precio obtenido en la década es de 0 p.p. En el caso de las aceitunas de mesa, los valores actuales son relativamente similares (14 p.p.) al precio promedio del período 2008-2019, encontrándose en una situación de precios normal.

Comparación de los precios de las aceitunas

	Precio en USD/kg		Vs precio promedio en 2019	
	Aceitunas para aceite	Aceitunas de mesa	Aceitunas para aceite	Aceitunas de mesa
Máximo en 10 años	0,42	0,74	-50%	-23%
Mínimo en 10 años	0,21	0,40	0%	43%
Promedio en 10 años	0,30	0,50	-31%	14%
Promedio en 2018	0,33	0,43	-37%	33%
Promedio en 2019	0,21	0,57		

Fuente: Movimiento CREA en base a Bolsa de Comercio de Mendoza.

⁹ Cotizaciones provenientes de la Bolsa de Comercio de Mendoza ajustadas al tipo de cambio mayorista informado por el Banco Central de la República Argentina.



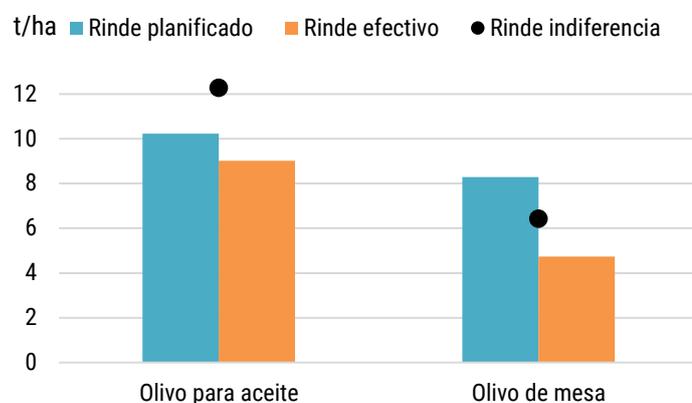
RINDES OBJETIVOS EN LA PRODUCCIÓN DE OLIVO. Dada la demanda de gastos e inversiones que requiere la producción olivícola, exceptuando las inversiones iniciales y los subsiguientes años hasta que las plantas comienzan a dar frutos, la proyección de costos y precios es fundamental para lograr los mejores resultados posibles. En este sentido, las empresas olivícolas pueden utilizar como indicador el rinde de indiferencia (RI), que representa el rendimiento que debería alcanzar una producción de olivo para cubrir los gastos directos (GD).

En este análisis se calcularon los RI con precios de mercado en pesos a junio 2019¹⁰ y los valores de gastos corresponden al promedio de GD que se realizan en 7 años de producción de olivo desde el inicio de plantación (ajustados por el tipo de cambio)¹¹. Las empresas CREA a inicio de campaña proyectan los rindes a obtener en la campaña. Con esta información toman decisiones productivas, económicas, financieras y comerciales.

En 2018/19, los rindes efectivos fueron menores a los planificados por las adversidades climáticas, sumado a los bajos precios de las aceitunas, no fueron suficiente para cubrir los GD, encontrándose 3,3 t/ha por debajo en el caso de los olivos para aceite y de 1,7 t/ha en el caso de los olivos de mesa.

Dependiendo del tipo de acuerdo existente entre los productores y las industrias, los resultados pueden ser mejores o peores. Para ejemplificar, existen casos de comercialización con pago en cuotas y valor pautado, tanto en dólares como en pesos. Para el caso de precio en dólares, se hacen los pagos parciales y se realiza un ajuste de tipo de cambio una vez al año (en caso de necesitarlo). Para el acuerdo en pesos, los modelos de comercialización implican pautar el precio y los plazos de cobro, sin ajuste alguno. Se destaca que todos los modelos de comercialización con cuotas o plazos de pagos conllevan costos de oportunidad. Los productores deberán evaluar cuál modelo les ofrece el mayor precio neto y se adapta a sus necesidades financieras.

Rindes planificados y efectivos vs rinde de indiferencia para los olivos en la campaña 2018/19



Fuente: Movimiento CREA.

¹⁰ Precio promedio para aceitunas con destino a aceite: 10,33 ARS/kg o 0,24 USD/kg y precio promedio para aceitunas con destino a conserva: 23,01 ARS/kg o 0,53 USD/kg de la Bolsa de Comercio de Mendoza, ajustados por el tipo de cambio mayorista de junio 2019 (43,79 ARS/USD) del Banco Central de la República Argentina. Valores similares a los obtenidos en la encuesta SEA CREA de Valles Cordilleranos de mayo 2019.

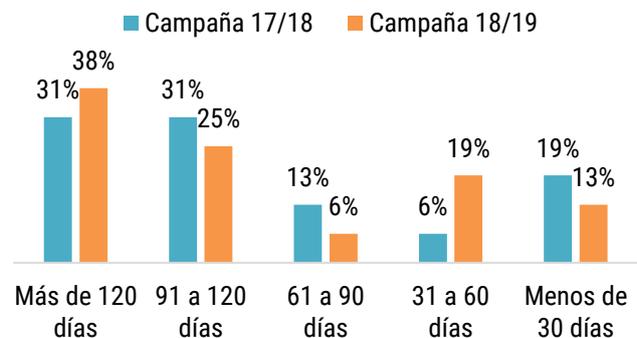
¹¹ Incluyen labores mecánicos y manuales, plantines, protección, insumos, riego, cosecha, flete y gastos comerciales.



COMERCIALIZACIÓN Y FINANCIAMIENTO DE LAS EMPRESAS OLIVÍCOLAS.

En la campaña 2018/19, el 47% de los productos olivícolas de las empresas CREA, contaba con un contrato previo de comercialización para la mitad de su producción, donde se especifican las condiciones de precios, plazos de cobro y calidades de recibo. Aquellos que no contaban con contrato previo, utilizan la modalidad “a cosecha”. En todos los casos, el plazo de cobro promedio en la presente campaña es de 92 días, manteniéndose relativamente estable respecto de la campaña pasada. Sin embargo, el porcentaje de empresas con plazos de cobro mayor a 4 meses incrementó 13 p.p., implicando costos financieros y económicos, teniendo en cuenta el actual contexto de inflación (55,8% anual en junio 2019) y elevadas tasas de interés (62,1% promedio en 2019, según la tasa de política monetaria del Banco Central de la República Argentina –BCRA–).

Porcentaje de empresas olivícolas CREA según el plazo de cobro en 2017/18 y 2018/19

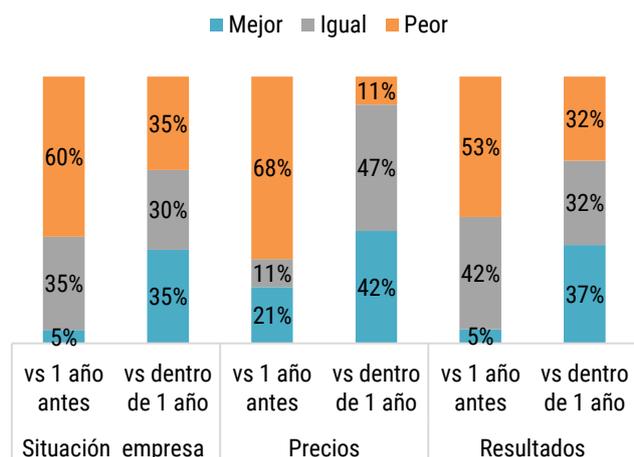


Fuente: Encuesta SEA CREA Valles Cordilleranos.

PERCEPCIÓN Y EXPECTATIVAS DEL NEGOCIO OLIVÍCOLA.

Habitualmente (promedio de las últimas 5 campañas), las empresas olivícolas CREA financian el 39,2% del capital operativo. Actualmente, dicho porcentaje incrementó a 45,1%, implicando una suba en el nivel de endeudamiento de las empresas. Para cancelar pasivos, las empresas prevén liquidar stocks y/o bienes de capital, o consideran derivar aportes económicos provenientes de empresas propias no agropecuarias. En este sentido, el 60% de las empresas olivícolas, en la campaña 2018/19, consideraron que su situación económica y financiera era peor que en la campaña pasada, y las expectativas para la campaña 2019/20 son heterogéneas (posiblemente asociadas a las expectativas de precios).

Percepción y expectativas de la empresa, de los precios y de los resultados



Fuente: Encuesta SEA CREA Valles Cordilleranos.



DESAFÍOS DEL NEGOCIO OLIVÍCOLA. La concreción de tratados comerciales es fundamental para lograr la colocación de los productos argentinos de la cadena de valor del olivo en el exterior, siendo el principal destino de la producción argentina y presentando un comportamiento similar en los últimos años. En ese sentido, el acuerdo MERCOSUR - Unión Europea es una oportunidad, pero no está exenta de retos para los actores de la cadena, principalmente para el caso de la actividad aceitera por la potencial incidencia de la competencia en el mercado interno y en el mercado de Brasil (considerando los antecedentes en la comercialización de aceituna de mesa luego del convenio MERCOSUR -Egipto).

La producción olivícola es una actividad de alta inversión inicial y flujo de gastos directos. En este último rubro se destacan las labores manuales, la cosecha y el riego. El costo del riego se ha incrementado en los últimos años, y genera una gran dependencia de la energía eléctrica, por lo que, el sector en general tiene un desafío en la búsqueda de nuevas fuentes. Las alternativas se tornan importantes ya que permitirían disminuir la incidencia energética en los costos productivos, e incluso tener una oportunidad de nuevos negocios.

En cuanto a los precios de las aceitunas, un dato no menor es que los valores de los frutos con destino a aceite son los más bajos de la serie (2008-2019), siendo esperable y acorde con las expectativas de los productores que dichos precios aumenten. En el caso de las aceitunas con destino a conserva, los precios actuales están en el promedio percibido en la última década. Junto al riesgo precio, los riesgos productivos (adversidades climáticas y sanitarias) han impactado en la campaña en curso, y los “fundamentals” del negocios proyectan resultados (rendimientos de indiferencia) desfavorables para ambas actividades, tal se refleja en la percepción de resultados de la empresa. Dependerá del tipo de acuerdo que haya podido alcanzar el productor para poder gestionar dicho resultado. En ese sentido, el desafío es complementar la gestión productiva (eficiencia productiva) con la gestión comercial, donde se destaca las alternativas para afrontar los plazos de pago y el costo de oportunidad que implica (ejemplo del precio pautado en dólares, en pagos periódicos y con ajuste anual de acuerdo al tipo de cambio).



INFORME MICROECONÓMICO



Informe Microeconómico

Publicación de distribución mensual, destinada al Movimiento CREA.

Coordinación del informe:

Esteban Barelli

Técnica a cargo:

Naiara Fernández Yarza

Equipo colaborador:

Daniel Almazán Sendino

Matías Campos

Santiago Fioretti

Santiago Giraud

Santiago Moro

Este número contó con la colaboración especial de la Región Valles Cordilleranos de CREA:

Alan Fillmore

Francisco Copello

Juan Pablo Catellano

Hermenegildo Pini

Elaborado por el Área de Economía, Unidad de Investigación y Desarrollo de CREA, sobre la base de datos e informes publicados por Secretaría de Agroindustria, MATba, CME, Bolsa de Cereales de Bs. As., USDA, ONCCA, SENASA, IPCVA, INTA y otras fuentes oficiales. economia@crea.org.ar

Sarmiento 1236 5to. piso (C1041AAZ) Buenos Aires - Argentina. Tel. (54-11) 4382-2076/79

Acerca de CREA:

CREA es una organización civil sin fines de lucro integrada y dirigida por aproximadamente 2.000 empresarios agropecuarios que se nuclean en 218 grupos presentes en todo el país. Cada grupo CREA es coordinado por un presidente y un asesor técnico e integrado por diez o doce empresarios que se reúnen periódicamente con el objetivo de mejorar los resultados de sus empresas a través del intercambio de conocimiento, ideas y experiencias. Asimismo, la institución se destaca por el desarrollo de temáticas relacionadas con el sector; uno de los fines es la transferencia del conocimiento colaborando con su desarrollo. Por su parte, las empresas CREA, integradas a la comunidad, son referentes de innovación y trabajan para el desarrollo sostenible de las empresas, las localidades de las que forman parte y el país.

Para mayor información <http://www.crea.org.ar/>