



MINISTERIO DE GANADERÍA
AGRICULTURA Y PESCA
REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY

Análisis sectorial y cadenas productivas
Temas de política
Estudios



ANUARIO 2015
opypa



OPYPA

Oficina de Programación y Política Agropecuaria

Análisis sectorial y cadenas productivas

Temas de política

Estudios

Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca.

Ministro

Ing. Agr. Tabaré Aguerre

Subsecretario

Ing. Agr. Enzo Benech

Director General

Dr. Alberto Castelar

Oficina de Programación y Política Agropecuaria

Ing. Agr. (Ph. D.) Mario Mondelli

Director

Salvo indicación expresa, los autores de los artículos de este Anuario son técnicos de la Oficina de Programación y Política Agropecuaria (OPYPA) del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP)

Coordinación general de publicación: Mónica Balparda

Coordinación de Sección Cadenas Productivas: Gonzalo Souto

Coordinación de Sección Temas de Política: Adrián Tamber y Mario Mondelli

Coordinación de Sección de Estudios: José Bervejillo

Los artículos de esta publicación están disponibles en www.mgap.gub.uy/opypa

Cadena olivícola: situación y perspectivas

Humberto Tommasino¹

María Eugenia Silva²

Felipe Bertamini³

El cultivo del olivo ha tenido un fuerte impulso en los últimos años. Con 10 mil hectáreas ocupadas, y una producción actual cercana al 40% de sus plantas, enfrenta importantes desafíos. Este artículo presenta su situación y plantea algunas alternativas para la consolidación de esta cadena⁴.

1. La situación mundial

1.1. Superficie y producción

La superficie mundial de olivos ha venido creciendo sistemáticamente desde 1999/00 cuando había 9,4 millones de hectáreas. Los últimos datos disponibles sobre superficie corresponden a 2012/13, y dan un total de 11,1 millones de ha, correspondiendo 10,9 millones (98%) a países integrantes del Consejo Oleícola Internacional (COI)⁵. Del total, solamente 2,5 millones de ha son irrigadas (22,5%) y las restantes 8,6 millones (77,5%) son de secano.

La producción mundial de aceite de oliva también ha crecido, pero con variaciones importantes entre campañas oleícolas⁶: en 1999/00 la producción fue de 2.374 mil t, y aunque hubo campañas con una producción bastante mayor (como la 2013/14), la última (2014/15) fue ligeramente superior (ver Cuadro 1).

¹ Técnico de OPYPA, htommasino@mgap.gub.uy

² Técnica de OPYPA contratada a través de convenio INIA - OPYPA, mesilva@mgap.gub.uy

³ Técnico de OPYPA contratado a través de convenio INIA - OPYPA, fbertamini@mgap.gub.uy

⁴ Se agradece a la Ec. Angela Cortelezzi de OPYPA el procesamiento de los microdatos del Censo Agropecuario.

⁵ El COI está integrado por 18 miembros: Albania, Argelia, Argentina, Croacia, Egipto, Irán, Iraq, Israel, Jordania, Líbano, Libia, Marruecos, Montenegro, Siria, Túnez, Turquía, Unión Europea y Uruguay (que ingresó en julio de 2013).

⁶ Las campañas comprenden el período del 1º de octubre hasta el 30 de setiembre del año siguiente. Los datos correspondientes a la campaña 2014/15 son provisorios y pueden sufrir algún ajuste, y los de 2015/16 son estimaciones para la campaña que recién comenzó.

Cuadro 1. Producción de aceite de oliva en el mundo en las campañas oleícolas 2013/14 a 2015/16 (miles de t)

	2013/14	2014/15	2015/16	Porcentaje			Variación %	
	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(B/A)	(C/B)
TOTAL	3.258	2.390	2.929	100	100	100	-27	23
Unión Europea	2.484	1.430	1.980	76	60	68	-42	38
Otros COI (*)	694	882	861	21	37	29	27	-2
No COI	80	78	88	2	3	3	-3	13

Fuente: 6º encuentro del Grupo de Trabajo sobre Estadísticas del COI (28/9/ 2015)

La producción de aceite se explica fundamentalmente por la Unión Europea (en adelante, UE), que aporta el 76% y el 60% de la misma en las dos últimas campañas; y se estima que aportará el 68% en la que está en curso. Dentro de la UE, los principales países productores son España (55% y 35% del total de las dos últimas campañas), Italia (14% y 9%), Grecia (4% y 13%) y Portugal (3% en ambas safras). Dentro de los otros países COI, destaca Argentina, que aporta el 0,9% y el 3% de la producción mundial; y dentro de los países no COI sobresale Chile, que aporta el 0,5% y el 0,7% de la producción mundial en ambas campañas.

Para la campaña en curso (2015/16) se espera una producción del orden de 2,9 millones de t, 23% superior a la anterior.

1.2. Comercio

Las importaciones de aceite de oliva han experimentado un fuerte cambio. En 1990/91 el 45% de ellas eran de países COI y el 55% restante de países no COI; en 2014/15 esos valores pasaron a 19% y 81%, respectivamente. Los países no COI importan con la siguiente participación porcentual: EEUU, 35%; Brasil, 8%; Japón, 7%; China 4%; Canadá, 4%; Australia, 3%; y varios otros con un 20%. Habida cuenta de que los países que no integran el COI en general son los no productores de aceite de oliva, el crecimiento de las importaciones desde este grupo da la pauta de una expansión del consumo de aceite de oliva (asociado probablemente a cambios en los hábitos de consumo). Ello abre una oportunidad para la colocación de aceite en estos mercados.

Dos países merecen un comentario aparte, EEUU y Brasil. Ambos han venido importando crecientes cantidades de aceite, y Uruguay está apostando fuertemente a ellos como destino comercial por proximidad geográfica. En 2013/14, del total importado por EEUU (virgen extra, virgen y de orujo), Argentina fue el cuarto proveedor de aceite con el 2,8% (8.843 t), y Chile fue el séptimo con 1,4% (4.507 t). Para Brasil, en igual año y el total de los

tres tipos de aceite Argentina fue el tercer proveedor con 6.654 t (9,1%) y Chile el quinto con 3.470 t (4,7%).

En 1999/2000 se exportaron 444 mil t de aceite de oliva, y las exportaciones han aumentado sostenidamente hasta ubicarse en los niveles actuales, del orden de las 843 mil t, 8% más que el año anterior. Nuevamente, los países de la UE son responsables del 55% al 77% de las exportaciones, destacando en 2014/15 Italia con 24,6%, España con 21,9% y Portugal con 6,4%. Otro país COI importante es Túnez con el 32% de las exportaciones, mientras que Argentina exporta solamente el 0,7%. Como país no-COI Chile, con 1,1% del total, aparece como el exportador más importante. Se espera para la campaña en curso un descenso de las exportaciones del orden de 15%, atribuible fundamentalmente a la fuerte disminución de los “otros (países del) COI” (pero en realidad se debe a la disminución de la producción de Túnez (-53%) por razones climáticas).

Cuadro 2. Exportaciones de aceite de oliva en el mundo en las campañas oleícolas 2013/14 a 2015/16 (miles de t)

	2013/14	2014/15	2015/16	Porcentaje			Variación %	
	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(B/A)	(C/B)
TOTAL	780	843	719	100	100	100	8	-15
Unión Europea	601	464	493	77	55	69	-23	6
Otros COI (*)	150	348	192	19	41	27	132	-45
No COI	29	31	34	4	4	5	7	10

Fuente: 6º encuentro del Grupo de Trabajo sobre Estadísticas del COI (28/9/ 2015)

1.3. Consumo

El consumo pasó de 2,4 millones de t en 1999/2000 a poco más de 2,9 millones en 2014/15, consumo levemente menor que en la zafra anterior. En la UE se consume entre el 55 y 56% del total mundial. Dentro de los países de la UE destacan Italia, que consume el 20,3%, España el 17,2%, Grecia el 4,9%, Francia el 3,2% y Portugal el 2,5%. Como otros países COI destacan Siria y Turquía, con 4,3% cada uno y Marruecos con 4,1%. Como países no COI primero figura EEUU con el 10% y luego Brasil con 2,3% del total. Es interesante el hecho de que los países no COI consumen casi una cuarta parte del total mundial.

Cuadro 3. Consumo de aceite de oliva en el mundo en las campañas oleícolas 2013/14 a 2015/16 (miles de t)

	2013/14	2014/15	2015/16	Porcentaje			Variación %	
	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(B/A)	(C/B)
TOTAL	3.047	2.902	3.038	100	100	100	-5	5
Unión Europea	1.698	1.610	1.658	56	55	55	-5	3
Otros COI (*)	616	604	666	20	21	22	-2	10
No COI	733	688	714	24	24	24	-6	4

Fuente: 6º encuentro del Grupo de Trabajo sobre Estadísticas del COI (28/9/ 2015)

1.4 Balances

De acuerdo a la producción, comercio y consumo de aceite de oliva en las últimas 2 campañas oleícolas y las estimaciones para la actual se muestran los balances mundiales resultantes en el Cuadro 4. La campaña en curso inicia con un stock 66% inferior al anterior, pero se espera que finalice con un stock 8% superior como resultado neto del comportamiento de las otras variables: aumento de producción (23%) y el consumo (5%), importaciones casi al mismo nivel (solamente 1%) y descenso de las exportaciones (-15%).

Cuadro 4. Producción, comercio, consumo y stocks de aceite de oliva en el mundo en las campañas oleícolas 2013/14 a 2015/16 (miles de t)

	2013/14	2014/15	2015/16	Variación %	
	(A)	(B)	(C)	(B/A)	(C/B)
1. Stock inicial	572	776	264	36	-66
2. Producción	3.258	2.390	2.929	-27	23
3. Importaciones	774	844	850	9	1
4. Consumo	3.048	2.902	3.039	-5	5
5. Exportaciones	780	844	718	8	-15
6. Stock final (*)	776	264	286	-66	8

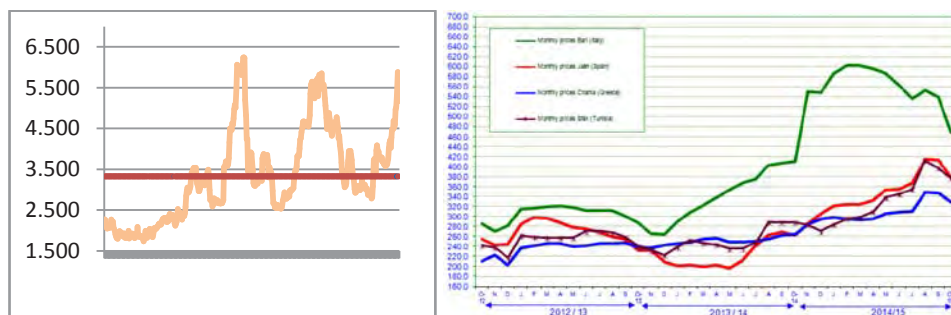
(*) $1 + 2 + 3 - 4 - 5$

Fuente: 6º encuentro del Grupo de Trabajo sobre Estadísticas del COI (28/9/ 2015)

1.5. Precios

En la gráfica 1 puede verse la evolución de los precios mensuales del aceite de oliva virgen extra en el largo plazo, y en las 3 últimas campañas oleícolas.

Gráfica 1. Evolución mensual de los precios del aceite de oliva virgen extra. Período enero 1980- octubre 2015 (en Reino Unido, a la izquierda, en US\$/t); en origen de cuatro ciudades de la cuenca del Mediterráneo en las 3 últimas campañas 2012/13 a 2014/15, en euros/100 kg)



Fuente: FMI (izquierda), Newsletter – Mercado Oleícola No. 97, setiembre 2015 (derecha)

Los precios del aceite de oliva virgen extra en un período largo (enero 1980-octubre 2015) muestran un cambio de nivel a partir de mediados de los 90. Se caracterizan por fuertes oscilaciones en torno a su promedio histórico de largo plazo (3.329 US\$/t); actualmente los precios se ubican sobre el promedio. Si se ven con una mirada de corto plazo, desde octubre de 2012 a octubre de 2015, al comienzo los precios son los más bajos del período, en el entorno de 2 a 2,8 euros/kg, con el aceite italiano con valores superiores y el griego, inferiores. A partir de diciembre de 2013 y hasta febrero de 2014 aumenta el precio en Italia para situarse en el máximo (6 euros/kg); a partir de allí bajan continuamente hasta ubicarse en 4,7 euros/kg. Los otros 3 precios en origen exhiben tendencias similares en el período; a partir de julio de 2014 comienzan a subir hasta llegar a agosto de 2015 con máximos entre 3,4 y 4,2 euros/kg para luego comenzar a disminuir y situarse en valores entre 3,3 y 3,8 euros/kg. Se espera que durante 2016 los precios continúen con valores elevados respecto a su promedio histórico similares a los registros más recientes.

2. La situación nacional

2.1. Número de explotaciones, superficie y producción

A partir del año 2002, como resultado de inversiones extranjeras, se inicia la expansión de la superficie de olivos, hasta situarse en la actualidad en unas 10 mil hectáreas.

La superficie plantada anualmente fue de unas mil ha en 2002 hasta llegar a 1.500 en 2008/09 y 2009/10; luego fue decreciendo estimándose en 300 ha para esta campaña 2015/16.

Así, de acuerdo al último censo, en 2011 había 5,7 mil ha efectivas de olivos, lo que significa unas 7,4 mil ha afectadas (un 30% más por caminería, cortinas cortavientos y zonas no plantadas), superficie destinada prácticamente en su totalidad a la obtención de aceite. Con excepción de Cerro Largo y Soriano, en 2011 había olivos en todos los departamentos (Cuadro 5).

Cuadro 5. Número de explotaciones con olivos, superficie total, por explotación, en producción y con riego, según departamento

Depto.	Explotaciones		hectáreas (1)			hectáreas (1)			
						En prod.		Con riego	
						No.	% /	No.	% /
No.	%	No.total	%	Por exp.	No.	total	No.	total	
Treinta y Tres	4	2	1.354	24	338,4	295	22	1	0
Maldonado	47	29	1.258	22	26,8	724	58	260	21
Rocha	7	4	1.160	20	165,7	178	15	257	22
Lavalleja	30	19	668	12	22,3	339	51	134	20
Florida	6	4	411	7	68,5	182	44	277	67
Colonia	17	10	297	5	17,5	101	34	154	52
Canelones	14	9	124	2	8,9	58	47	79	63
Paysandú	3	2	106	2	35,4	20	19	-	-
Salto	6	4	105	2	17,5	43	41	21	20
Flores	4	2	93	2	23,3	86	92	73	79
San José	2	1	32	1	16,1	32	100	-	-
Río Negro	4	2	27	0,5	6,9	24	87	-	-
Durazno	3	2	27	0,5	8,9	21	79	20	73
Tacuarembó	2	1	23	0,4	11,4	-	-	23	100
Artigas	3	2	13	0,2	4,3	6	50	-	-
Montevideo	8	5	11	0,2	1,4	2	21	5	48
Rivera	2	1	9	0,2	4,3	-	-	-	-
TOTAL	162	100	5.719	100	35,3	2.113	37	1.304	23

(1) Superficie efectiva calculada dividiendo el número de plantas por 350

Fuente: elaborado por OPYPA con información del Censo Agropecuario 2011

Como lo evidencia la información censal existe una fuerte heterogeneidad entre departamentos en todos los aspectos. En cuanto a superficie plantada, los cuatro primeros

tienen entre el 12 y el 24% del total, mientras que los últimos 6 departamentos no llegan a tener un 1%. Algo similar ocurre con el número de explotaciones: solamente cuatro tienen un número de dos cifras: Maldonado (47), Lavalleja (30), Colonia (17) y Canelones (14). Aunque la superficie promedio nacional de olivos es de 35,3 ha por explotación, en Montevideo es de 1,4, en Artigas y Rivera de 4,3 y en el otro extremo, en Rocha es de 166 y en Treinta y tres de 338 ha por explotación. A nivel nacional un 37% de la superficie está en producción, pero hay departamentos en que el área productiva se ubica en valores porcentuales menores a la cuarta parte del área y en otros las plantaciones en producción ya superan la mitad de lo plantado. Y más sorprendente aún es la diversidad departamental en lo que tiene que ver con instalaciones de riego: varios departamentos no tienen nada de riego: Paysandú, San José, Río Negro, Artigas y Rivera, siendo muy particular la situación de Treinta y Tres, pues solamente una de las 1.354 ha tiene riego; otros departamentos tienen importantes porcentajes de las áreas olivícolas con instalaciones de riego, por ejemplo Florida (67%), Canelones (63%) y Colonia (52%); y otros se ubican en torno a la media nacional (23%) como Maldonado, Rocha, Lavalleja y Salto.

De acuerdo a la ubicación geográfica del cultivo, se pueden identificar 3 regiones olivícolas; los totales nacionales y regionales, según superficie de olivos se muestran en el (Cuadro 6).

A nivel nacional se pueden ver las siguientes características estructurales del sector:

a) las **explotaciones muy chicas**, con una superficie máxima de 2,9 ha son el 28% del total, explotan un promedio de 1,1 ha por explotación, tienen en producción más de la mitad de su área (55%) y pueden regar el 38 de la misma;

b) las **explotaciones chicas** (hasta 28,6 ha) son poco más de la mitad del universo de explotaciones, explotan un promedio de 12 ha, tienen algo más de la mitad en producción y un 26% con riego;

c) las **explotaciones medianas** (hasta 85,7 ha) son el 16% del total, tienen 53 ha en promedio cada una, tienen en producción algo más de la mitad (53%), pero a diferencia del estrato anterior, la superficie con riego alcanza al 43% de la superficie total;

d) las **explotaciones grandes** (más de 86 ha) son apenas 8 (el 5%), en promedio tienen 414 ha, y los porcentajes más bajos de superficie (o plantas) en producción y con riego (25% y 13%, respectivamente).

Otra manera de ver las fuertes asimetrías es comparando la dotación de recursos entre los estratos: en conjunto las explotaciones chicas y muy chicas, que representan el 79% del total, tienen sólo el 18% de la superficie del cultivo y el 20% de la superficie con riego (266 ha en 1.304).

Cuadro 6. Número de explotaciones con olivos, superficie total, por explotación, en producción y con riego, a nivel nacional y por regiones, según estratos de superficie de olivos

Estratos	Explotaciones		hectáreas (1)			hectáreas (1)			
						En prod.		Con riego	
							% /		% /
hectáreas (1)	No.	%	No.total	%	Por exp.	No.	total	No.	total
Hasta 2,9	45	28	50	1	1	28	55	19	38
De 2,91 a 28,6	83	51	963	17	12	513	53	247	26
De 28,61 a 85,7	26	16	1.391	24	53	731	53	595	43
Más de 85,7	8	5	3.315	58	414	842	25	443	13
TOTAL	162	100	5.719	100	35	2.113	37	1.304	23
SURESTE (2)									
Hasta 2,9	17	19	29	1	2	16	55	11	40
De 2,91 a 28,6	51	58	575	13	11	296	51	115	20
De 28,61 a 85,7	13	15	707	16	54	382	54	269	38
Más de 85,7	7	8	3.129	70	447	842	27	257	8
SUBTOTAL	88	100	4.440	100	50	1.535	35	652	15
CENTRO, SUR Y SUROESTE(3)									
Hasta 2,9	18	33	17	2	1	10	56	7	42
De 2,91 a 28,6	24	44	281	28	12	168	60	92	33
De 28,61 a 85,7	11	20	513	51	47	306	60	323	63
Más de 85,7	1	2	186	19	186	-	-	186	100
SUBTOTAL	54	100	996	100	18	483	49	608	61
NORTE DEL RIO NEGRO (4)									
Hasta 2,9	10	50	4	2	0,4	2	49	0	8
De 2,91 a 28,6	8	40	107	38	13,4	49	46	40	37
De 28,61 a 85,7	2	10	171	61	85,7	43	25	3	2
SUBTOTAL	20	100	283	100	14,2	94	33	44	15

(1) Superficie efectiva calculada dividiendo el número de plantas por 350

(2) Treinta y Tres, Maldonado, Rocha y Lavalleja

(3) Florida, Colonia, Canelones, Flores, San José, Durazno y Montevideo

(4) Paysandú, Salto, Río Negro, Tacuarembó, Artigas y Rivera

Fuente: elaborado por OPYPA con información del Censo Agropecuario 2011

Otra característica estructural peculiar del sector es su **distribución geográfica**. La **región sureste** concentra las explotaciones (54% del total) y la superficie total (78%). Nótese que 7 de las 8 explotaciones grandes están allí, y también 13 de las 26 medianas, o sea la mitad de ellas; sin embargo en la región predominan las explotaciones pequeñas (58%). Al tener solamente un 35% de su área produciendo, en pocos años se convertirá en una zona con producciones muy elevadas que demandarán la instalación de nuevas almazaras o la ampliación de las existentes. La **región centro-sur-suroeste** es mucho menos homogénea que la anterior, no solamente por su dispersión en varios departamentos sino por el tipo de explotación: los productores muy chicos y chicos también son el 77% del total, pero la participación de los muy chicos es mayor (33% contra 19%, respectivamente). Se diferencia marcadamente de la región sureste por el hecho de que casi la mitad de sus plantas entraron en producción (49%) y el 61% del área dispone de riego, lo que de alguna manera la posiciona en mejor forma para afrontar eventuales secas. Por último, al **norte del Río Negro** hay 20 explotaciones, la mitad muy chicas y otro 40% chicas, lo que le da a la región un perfil diferente a las dos anteriores, que sumaban 77%.

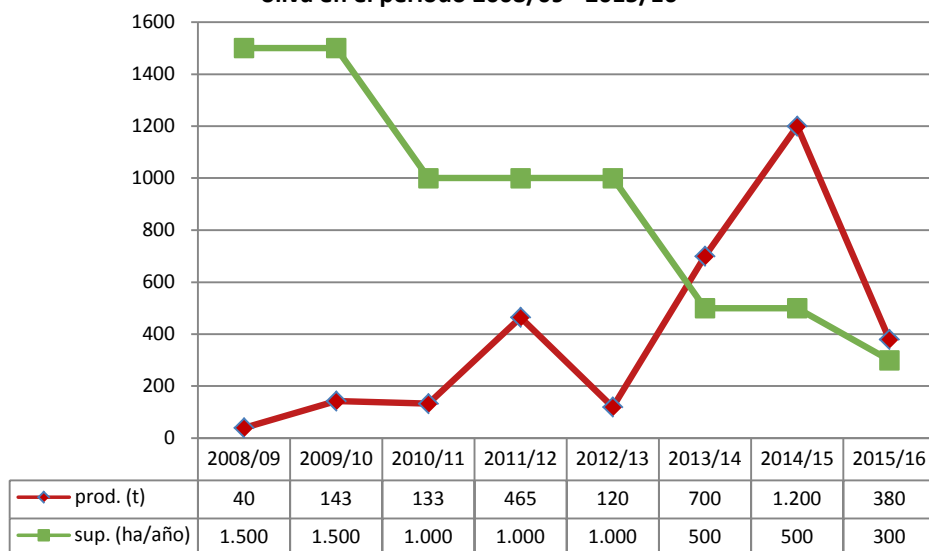
Las 22 almazaras que operan en el país están distribuidas de la siguiente forma: 10 en la región sureste (5 en Maldonado; 3 en Lavalleja y 2 en Rocha); 10 en la región centro-sur-sureste (8 en Colonia, 1 en Florida y 1 en Canelones); y 2 al norte del Río Negro (1 en Salto y 1 en Rivera). De acuerdo al peso relativo de las plantaciones en el sureste, y la cantidad de plantas que entrarán a producir a capacidad plena, parece necesario planificar con tiempo la instalación de nuevas almazaras; de lo contrario, podría plantearse, particularmente para los productores que no tienen almazara propia, serios problemas para procesar su producción.

En Uruguay hay plantadas unas 30 variedades, pero las dominantes son Arbequina, Coratina, Frantoio, Barnea, Picual, Manzanilla y Leccino; estas dos últimas son de doble propósito (Huber *et al.*, 2014). La cosecha se realiza entre marzo y junio, según las variedades⁷. Actualmente la totalidad de la aceituna se destina a elaboración de aceite, con rendimientos de aceite promedio de 15% sobre base húmeda (de 100 kilos de aceituna se obtienen unos 15 kilos de aceite).

La producción de aceite, alternante (típica del cultivo y en parte por su incipiente desarrollo en Uruguay), muestra fuertes oscilaciones anuales: en 2013/14 fue de 1.200 t y en esta última campaña fue de 380 t (Gráfica 2).

⁷ La campaña oleícola en Uruguay se considera del 1 de abril al 30 de marzo del siguiente año.

Gráfica 2. Evolución de la superficie plantada anualmente y la producción de aceite de oliva en el período 2008/09 - 2015/16



Fuente: OPYPA

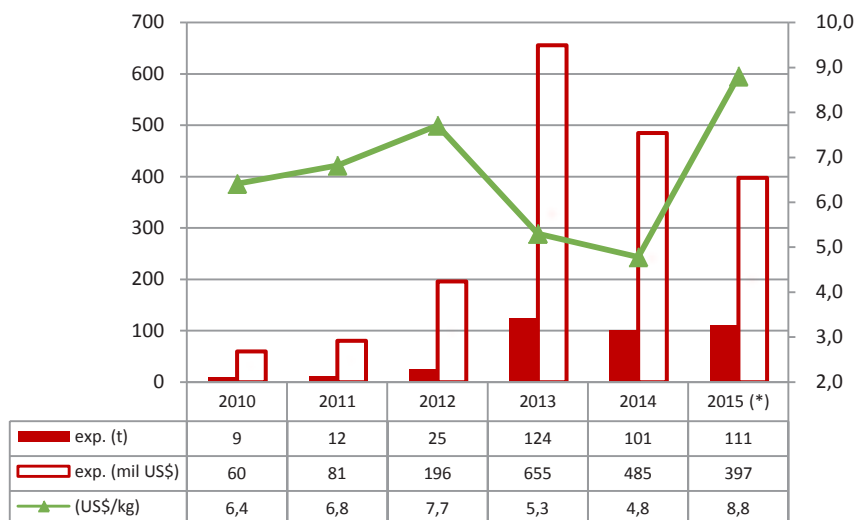
2.2. Comercio (exportación - importación)

2.2.1. Exportaciones

Las exportaciones de aceite de oliva virgen extra se muestran en la siguiente Gráfica 3.

La cantidad exportada de aceite aumentó los primeros tres años, llegando a un máximo de 124 t en el año 2013 para luego disminuir y situarse en torno a las 111 toneladas en 2015. El valor de las exportaciones también muestra una tendencia ascendente los 4 primeros años, pero a partir de ese momento disminuyen sustancialmente, resultado del efecto combinado de menor volumen y menores precios unitarios. Desde 2012 el precio bajó en los dos años siguientes, para ubicarse en 4,8 US\$/kg. En el correr del año 2015 se nota un importante aumento del precio de exportación del aceite embotellado, pero hasta setiembre de este año esta modalidad representaba solamente una cuarta parte del aceite exportado. El 75% restante corresponde a exportaciones a granel, modalidad hasta ahora inexistente; con un precio medio de 3 dólares por kilo; de éste total el 84% tuvo como destino Argentina, un 15% fue a EEUU y un 1% a las Islas Malvinas.

Gráfica 3. Exportaciones de aceite de oliva virgen extra en volumen (t) y valor (miles de US\$, eje izquierdo), y valor unitario (US\$/kg, eje derecho)



(*) El volumen y valor se anualizaron a partir de lo exportado en enero-setiembre del año anterior; el precio promedio corresponde al aceite embotellado

Fuente: elaborada por OPYPA con información de Urunet

La comparación de las empresas exportadoras en 2010 y 2014 se muestra en el Cuadro 7.

En el período 2010 – 2014 aumentaron los exportadores en número, al pasar de 5 a 9, con la particularidad que sólo dos de ellos exportan ambos años. El monto exportado se multiplicó por algo más de 8 veces. La información parcial correspondiente al año 2015 reporta 3 nuevas empresas exportadoras de aceite embotellado: Martifer SRL, Brisa del Lago S.A. y Cooperativa Olivícola de Colón. Los exportadores de aceite a granel son Nuevo Manantial S.A. (hacia Argentina), Olivis SRL a EEUU, y Noreplend S.A. y Perenne S.A. a Islas Malvinas.

Los destinos de exportación son los que muestra la Gráfica 4.

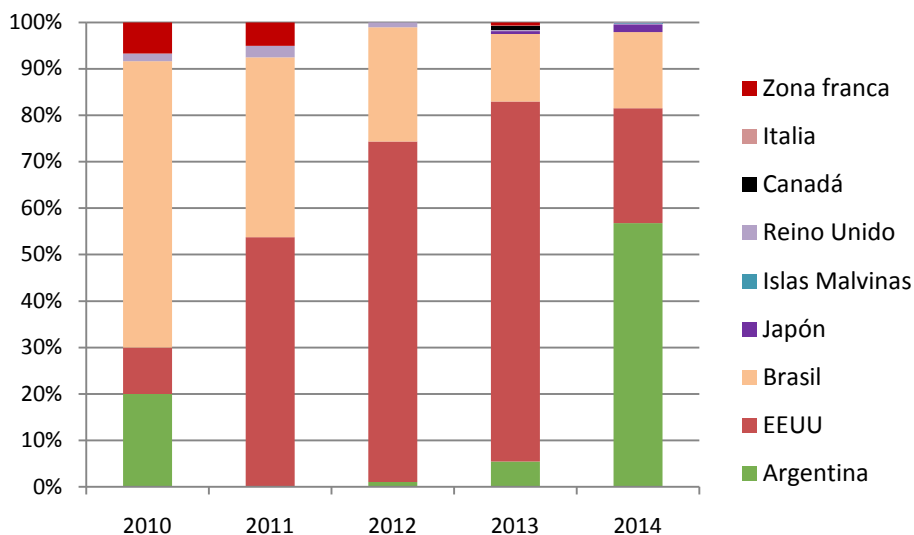
Cuadro 7. Exportaciones de aceite de oliva por empresas exportadoras en 2010 y 2014 (en miles de US\$ FOB)

Exportador	2010		2014	
	US\$ (mil)	%	US\$ (mil)	%
AGROLAND S.A.	18,4	30,7	168,2	34,7
VERYDIAN S.A.	-	-	94,5	19,5
NUEVO MANANTIAL S.A.	-	-	88,7	18,3
COUSA	-	-	86,3	17,8
SOMACOR S.A.	-	-	21,4	4,4
ESTABLECIMIENTO JUANICO S.A.	-	-	9,6	2,0
SINGER MASTRANGELO, E.	-	-	7,7	1,6
ZARMEL S.A.	-	-	7,2	1,5
NOREPLEND S.A.	0,9	1,6	1,2	0,3
COHEN ANHALT, M.	23,4	39,1	-	-
DARIESUR S.A.	13,9	23,3	-	-
VINOS FINOS JUAN CARRAU S.A.	3,3	5,4	-	-
TOTAL	59,9	100,0	484,7	100,0

Fuente: elaborado por OPYPA con datos de URUNET

Los dos principales destinos de exportación han sido, hasta el año 2013, Estados Unidos y Brasil. Las exportaciones a Estados Unidos y Brasil han crecido fuertemente en el período; esto es importante pues, como se vio, son mercados en constante expansión y a los que se puede acceder fácilmente. El caso de Argentina es particular; aunque las exportaciones a ese país han aumentado, presumiblemente se deba a exportaciones entre la misma empresa (recuérdese que Argentina es un importante exportador de aceite de oliva). Esta hipótesis se sustenta en el fuerte peso que tienen las exportaciones de aceite a granel a este país, desde una firma localizada en Uruguay pero de capitales argentinos. Por tanto, desde este punto de vista Argentina no se configura como un mercado en el que el aceite de oliva uruguayo ingrese para competir directamente con otros. Como se puede observar, al resto de los países que figuran en la gráfica se exportan cantidades muy pequeñas de aceite. En lo que va del año 2015 figura como nuevo destino Bélgica, con pequeñas cantidades.

**Gráfica 4. Destinos de exportación del aceite de oliva entre 2010 y 2014
(en % del valor, US\$ FOB)**



Fuente: elaborado por OPYPA con datos de URUNET

2.2.2. Importaciones

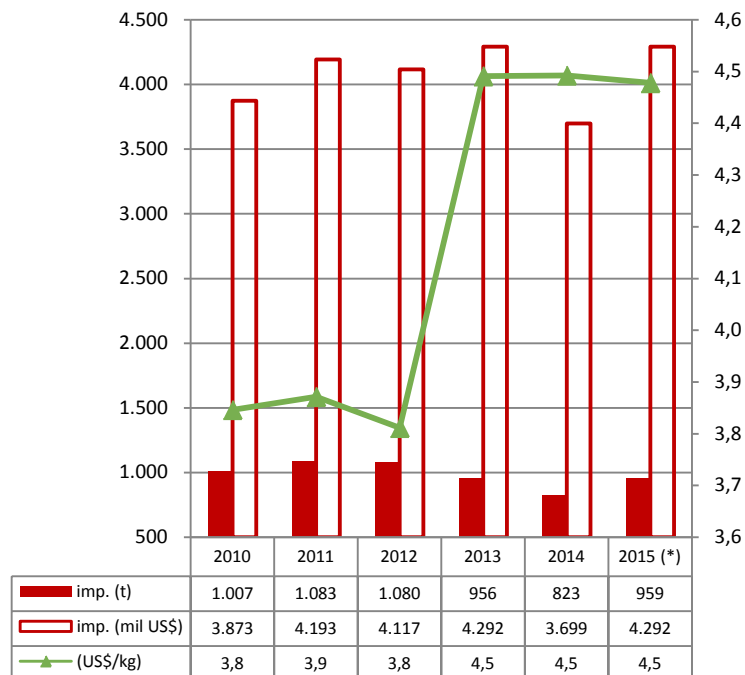
Las importaciones de aceite de oliva se muestran en la siguiente Gráfica. Corresponden al total de aceite importado, es decir la suma del virgen extra (91% del total, promedio del período) y los otros aceites de oliva (de calidad inferior).

En los 5 años se importaron, en promedio, 985 t de aceite; y el promedio en valor fue de 4,1 millones de dólares. Sin embargo, lo interesante es observar que el precio muestra dos períodos bien diferentes: los 3 primeros años con un valor unitario de 3,8 US\$/kg, y los últimos 3 años con un valor promedio de 4,5 US\$/kg.

La estimación del consumo aparente (calculado como producción más importaciones menos exportaciones) indica que éste pasó de 1,13 a 1,23 millones de t, lo que significa 0,34 y 0,37 kg/habitante, respectivamente. Este valor es muy bajo a nivel internacional: por ejemplo, Suecia consume 1 kg por habitante, y Alemania 0,8 kg por habitante.

En el Cuadro 8 se muestran algunas relaciones entre producción y comercio y entre precios.

Gráfica 5. Importaciones de aceite de oliva en volumen (t) y valor (miles de US\$, eje izquierdo), y valor unitario (US\$/kg, eje derecho)



(*) El volumen y valor se anualizaron a partir de lo importado en enero-setiembre del año anterior.
Fuente: elaborada por OPYPA con datos de URUNET

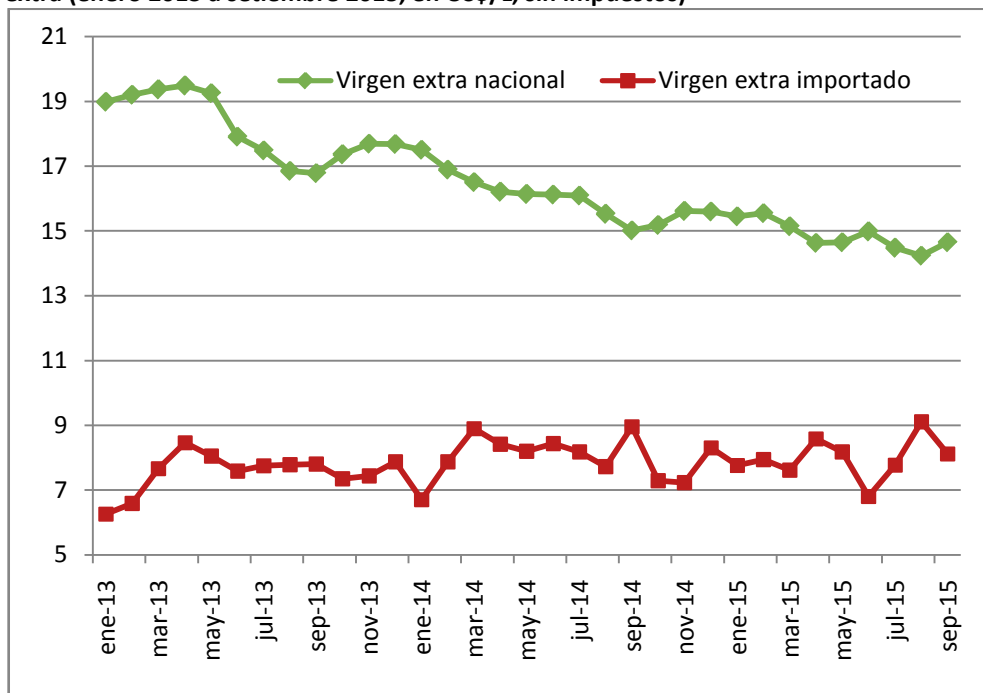
Cuadro 8. Porcentaje de toneladas exportadas sobre producidas, toneladas exportadas sobre importadas y relación del precio de exportación y de importación de aceite de oliva

	exp./prod.	exp./imp.	precio exp./
	(% sobre t)	(% sobre t)	precio imp.
2010	7,0	0,9	1,7
2011	2,5	1,1	1,8
2012	21,2	2,4	2,0
2013	17,6	12,9	1,2
2014	8,4	12,3	1,1
2015 (*)	29,1	11,5	0,8

(*) estimado por OPYPA
Fuente: elaborado por OPYPA

Las toneladas exportadas son un porcentaje muy variable de la producción; esto resulta del hecho de que ambas variables exhiben una variación anual muy fuerte. Mirado en un mediano plazo, los crecientes volúmenes de producción y un mercado interno muy pequeño harían indispensable que este cociente tuviera una tendencia a aumentar, es decir que el país pudiera exportar cada vez mayor cantidad de su producción. Por otro lado, el porcentaje de las exportaciones respecto a las importaciones crece resultado de que las importaciones tienen una tendencia bastante estable (en torno a algo menos de mil toneladas) mientras que las exportaciones exhiben subas. Las relaciones de precios de exportación e importación tienden a la baja, debido en buena medida al descenso de los precios medios de exportación. Esto favorece la competencia de los aceites nacionales frente a los importados. La evolución reciente de los precios minoristas de dos aceites nacionales y dos importados (ambos de calidad virgen extra) confirma esta tendencia, según lo muestra la siguiente gráfica.

Gráfica 6. Precios en supermercado de 2 aceites nacionales y 2 aceites extranjeros virgen extra (enero 2013 a setiembre 2015, en US\$/L, sin impuestos)



Fuente: elaboración propia con información de Urunet

2.3. Problemática del rubro

Al igual que otros cultivos “nuevos”, como el arándano, puede hablarse de dos etapas en el desarrollo del cultivo. La primera, abarca desde el año 2002 hasta 2009, fase de “aprendizaje” resultado del desconocimiento del rubro y poca investigación nacional. La segunda etapa abarca el período comprendido entre 2010 a la actualidad, y se caracteriza por un “paquete” tecnológico más sólido, resultante de las propias experiencias productivas, las actividades de formación (cursos y conferencias, fundamentalmente de expertos extranjeros) tanto en la fase primaria como industrial, y un importante avance en el área de investigación, desarrollada fundamentalmente por el INIA⁸ y las facultades de Agronomía y Química.

Hay dos aspectos estructurales del rubro que deben tenerse en cuenta. Uno de ellos es que solamente el 37% de las plantas está en producción; el segundo, es que el riego está instalado en apenas el 23% de la superficie. Lo primero significa que en pocos años habrá crecientes volúmenes de aceituna para aceite, lo que exige, al menos resolver, cómo procesar industrialmente esos volúmenes (con una logística que sea capaz de ubicar a las almazaras cercanas a los lugares de producción), y diseñar estrategias de inserción en el mercado mundial para colocar la producción. Lo segundo, tiene que ver con la limitada posibilidad de afrontar una seca en un momento en que el suministro de agua es esencial para el logro de una adecuada producción.

Como vimos hay fuertes asimetrías entre los productores. Es preocupante la lentitud con la cual se desarrollan mecanismos asociativos entre productores muy chicos y chicos. La cantidad de ellos y el elevado número de marcas propias de aceite, hacen indispensable buscar los mecanismos para avanzar en algunos de los ejes estratégicos planteados en el Plan de desarrollo del sector⁹.

Si bien los numerosos premios internacionales dan prueba de la calidad de nuestros aceites, preocupa la falta de información que certifique de manera cabal sus atributos. Probablemente por lo costoso de los análisis químicos, no tenemos información química completa de ellos. Actualmente se está promoviendo a través de MGAP-INIA-Facultad de Química y LATU ante la Asociación Olivícola Uruguaya la realización de un proyecto cuyo

⁸Un buen ejemplo es la reciente jornada de divulgación sobre investigaciones en el rubro realizada el 28 de octubre, donde se abordaron temas de manejo, sanidad y calidad. Entre otros. Los resultados pueden consultarse en: <http://www.inia.uy/estaciones-experimentales/direcciones-regionales/inia-las-brujas/resultados-experimentales-en-olivos>

⁹Parras, M. (2012). Plan de refuerzo de la competitividad del conglomerado agroindustrial olivícola del Uruguay 2012-2020. En: http://www.apt.opp.gub.uy/pacc/Destacados/Plan%20Estrat%C3%A9gico_Agroindustrial%20oliv%C3%ADcola.pdf

objetivo sería caracterizar en profundidad los principales aceites. De lograrse esto, y de obtener resultados favorables, se podría promover mucho mejor nuestros aceites, demostrando en forma objetiva que contamos con aceites de oliva vírgenes extra de “calidad Premium”. Esto nos permitiría seguir en la línea de inserción en nichos de mercado con aceites de altísima calidad.

El MGAP, la DNI, el LATU y la Facultad de Química están trabajando para mejorar los sistemas de control de calidad de los aceites importados. Por un lado, la DNI ya logró que se modificara la nomenclatura arancelaria, utilizando 10 dígitos, a los efectos de discriminar mejor los aceites de oliva importados; ahora es posible diferenciar los vírgenes de los demás, y dentro de los vírgenes los virgen extra, los virgen y los demás y cada uno de estos en envases con capacidad igual o menor a 5 L (básicamente en botellas) y más de 5 L (o sea, a granel). Por otro lado, se busca mejorar el control de calidad que se realiza con los aceites importados. Esto no solamente redundará en beneficios para la población en general, sino que ayudará a la venta de aceites nacionales en el mercado interno estableciendo adecuadas condiciones de competencia con los aceites importados.

Finalmente, cabe señalar la participación de representantes del MRREE y del MGAP en las reuniones del Consejo de Miembros, y la participación de técnicos de MGAP, MIEM y Facultad de Química en grupos de expertos sobre temáticas de costos, estadísticas y calidad y del sector privado en el COI. La participación de referentes del sector público y productivo en un ámbito internacional permite el contacto con los referentes de los principales países productores, el intercambio de información, la generación de estadísticas comparables a nivel internacional y el aprendizaje desde diversos puntos de vista, aspecto clave en un sector de reciente desarrollo.

3. Referencias bibliográficas

HUBER, C., LEJAVITZER, A. y MAZZUCHELLI, I. 2014. Olivos y aceites de oliva del Uruguay. Joven industria. Antigua tradición. Montevideo, Mastergraf SRL, 136p.

MGAP-DIEA. s/f Censo General Agropecuario 2011. Resultados definitivos. Montevideo, Imprimex SA, 142p.

