

DOSSIER

El *cluster* de olivos del sudoeste bonaerense. Caracterización e impacto de la pandemia sobre el sector

The cluster of olive trees in the southwest of Buenos Aires. Characterization and impact of the pandemic on the sector

LORENA TEDESCO

Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS),
CONICET - Universidad Nacional del Sur (UNS)
ltedesco@criba.edu.ar

MATÍAS SOFÍA

UNS
matiassofia10@gmail.com

Fecha de recepción: 06/08/2021. Fecha de aceptación: 16/09/2021



URL de la revista: revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/cuyonomics
ISSN 2591-555X
Esta obra es distribuida bajo una Licencia Creative Commons
Atribución No Comercial – Compartir Igual 4.0 Internacional

Resumen

En el sudoeste bonaerense (SOB)¹ hay un núcleo de productores de aceite de oliva de excelente calidad. El objetivo de este trabajo es presentar los resultados del censo realizado a estos productores por la Universidad Nacional del Sur en el 2016 y analizar los efectos que la pandemia causada por COVID-19 tuvo sobre el sector. El grupo de productores es heterogéneo tanto en su procedencia como en su tamaño. Se trata de pequeñas y medianas empresas con un potencial productivo en crecimiento. Las consecuencias del aislamiento obligatorio se vieron reflejadas en la menor disponibilidad de mano de obra y en la caída de las ventas.

Palabras clave: aceite de oliva, *cluster*, pandemia, sudoeste de Buenos Aires

Abstract

In the Southwest of Buenos Aires (SOB) there is a nucleus of olive oil producers of excellent quality. The objective is to present the results of the census carried out by the Universidad Nacional del Sur in 2016 and analyze the effects that the COVID 19 pandemic had on the sector. Is a heterogeneous group of producers both in origin and size. These are small and medium-sized companies with growing productive potential. Regarding the consequences of compulsory isolation, they were due to the lower availability of labor and the drop in sales.

Keywords: olive oil, cluster, pandemic, southwest of Buenos Aires

Journal of Economic Literature (JEL): L14, O18, R11, Q1

¹ El SOB está conformado por los partidos de Guaminí, Adolfo Alsina, Coronel Suárez, Coronel Pringles, Coronel Dorrego, Saavedra, Tornquist, Puan, Coronel Rosales, Bahía Blanca, Villarino y Patagones. La ley 13647 crea el Plan de Desarrollo del SOB y se reglamenta por el decreto 2585 del año 2007.

Introducción

En el sudoeste bonaerense (SOB) hay un sector olivícola productor de aceite con características diferenciales respecto de los de otras zonas productoras de la Argentina. Se trata de pequeñas y medianas empresas con un potencial productivo en crecimiento. La apuesta de estas al desarrollo de la actividad se traduce en la siembra de más plantas, la instalación de riego y la capacitación de los empresarios.

El objetivo de este trabajo es presentar una caracterización de los productores del SOB y, en particular, describir cómo el aislamiento causado por la pandemia de COVID-19 los ha afectado.

Marco teórico

En la mayoría de los países de Latinoamérica, y especialmente en los últimos 10 años, los Gobiernos nacionales, provinciales y locales insertaron con más fuerza los conceptos de asociatividad, *clusters* y agrupamiento empresarial a través de programas que trataron de impulsar el desarrollo del tejido productivo de los territorios para favorecer la competitividad, la innovación, la gestión del conocimiento y el desarrollo regional. La línea política de apoyo a las pymes tuvo como expectativa que los grupos empresariales pudieran estimular el aprendizaje y la acción colectiva entre las empresas. Así, en lugar de brindar beneficios o subsidios individuales, cubren los costos de interconexión entre las entidades, impulsan la realización de actividades conjuntas y ponen en marcha el concepto de competitividad sistémica (Arteche et al., 2013).

No cualquier grupo de empresas es un *cluster* productivo. Hay muchas interpretaciones de este concepto, sin embargo, el que mayor trascendencia ha recibido es el elaborado por Porter en *La ventaja competitiva de las naciones* (1990). Este autor los define como «concentraciones de empresas e instituciones interconectadas en un campo particular» (p. 12). Incluyen un conjunto de industrias y otras entidades encadenadas de manera significativa para la competencia. Engloban, por ejemplo, abastecedores de insumos especializados, así como proveedores de infraestructura.

Frecuentemente, los *clusters* también se extienden de forma vertical a los consumidores y de forma horizontal a los productores de artículos complementarios y a las industrias que utilizan tecnologías e insumos comunes. Finalmente, muchos de

estos núcleos productivos incluyen instituciones como universidades, centros de desarrollo y asociaciones comerciales.

Por otra parte, se pueden distinguir tres definiciones relacionadas con este término para abordar análisis empíricos:

- a. Industrias espacialmente concentradas: *clusters* regionales.
- b. Sectores o grupos de sectores: *clusters* sectoriales.
- c. Cadenas de producción: *clusters* de cadenas o redes.

Estas definiciones se basan fundamentan en dos enfoques principales: uno basado en la similitud y otro basado en la interdependencia. El primero parte del supuesto de que las actividades se agrupan en *clusters* debido a la necesidad de tener condiciones similares para acceder al mercado de trabajo calificado, a proveedores especializados, a instituciones de investigación, etc.; mientras que el segundo hace hincapié en las complementariedades entre sectores.

El caso de los productores de aceite de oliva en el SOB es claramente el de un *cluster* sectorial y a la vez regional; aunque no se trata de uno de cadena de producción, ya que solo algunas empresas extraen el aceite de las aceitunas de otra finca, que les cobra por el servicio de prensado. Abordar el tema desde esta perspectiva permite el planteamiento de una estrategia de desarrollo que contemple no solo los sectores de mayor producción, sino también los más interrelacionados, con el fin de fomentar la generación de externalidades positivas.

Metodología

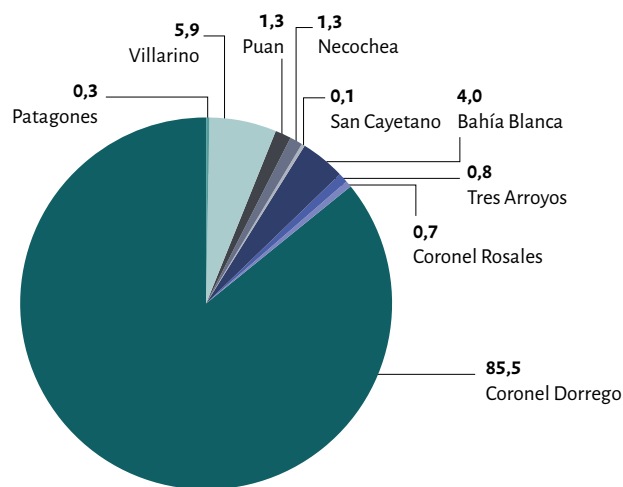
En el año 2016 se realizó un censo en forma personal a las empresas productoras de olivos del SOB. Se trata de un total de 45 casos, con un 92 % de cobertura. Es de público conocimiento que actualmente se han incorporado a la actividad 3 productores más, según datos de la Cámara Olivícola del Sur que no están incluidos en esta presentación.

Posteriormente, en junio de 2021, se indagó mediante una encuesta a 11 productores (la cuarta parte del total) sobre los efectos de la pandemia en su actividad. Además, se realizaron entrevistas a varios de ellos, incluida la Cámara Olivícola del Sur.

Resultados

En la figura 1 puede apreciarse la distribución de las hectáreas sembradas en 9 partidos; la participación de Coronel Dorrego es ampliamente mayoritaria.

Figura 1. Porcentaje de hectáreas por partido

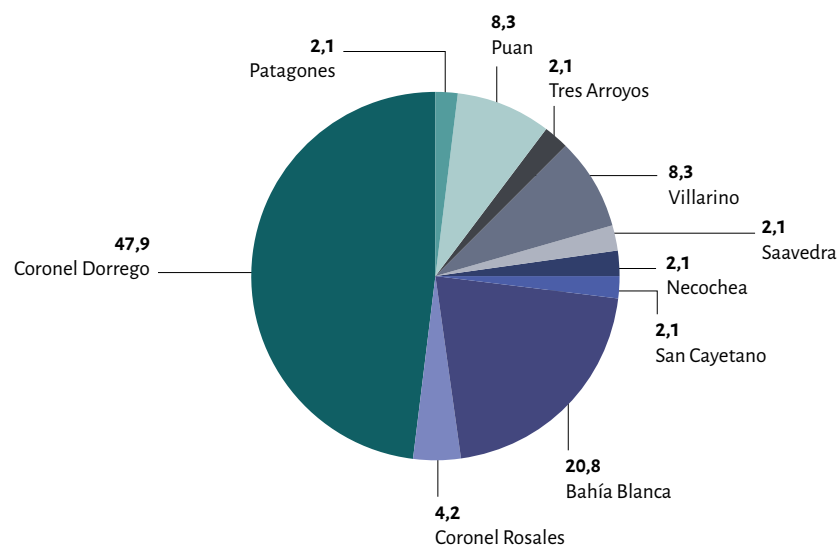


Fuente: elaboración propia.

Si se dividen las fincas según su tamaño, es posible observar que la mayor parte de ellas (el 55 %) tiene hasta 15 hectáreas y que tan solo el 8 % supera las 100.

Es interesante conocer cuántas empresas están localizadas en cada partido para analizar la concentración de la producción. Este indicador se visualiza en la figura 2, en la que Coronel Dorrego es el partido con mayor porcentaje de empresas, seguido de Bahía Blanca. Vale aclarar que Necochea y Tres Arroyos no pertenecen al SOB, pero la producción de las fincas allí localizadas se procesa y se vende en esa región.

Figura 2. Porcentaje de empresas por partido



Fuente: elaboración propia.

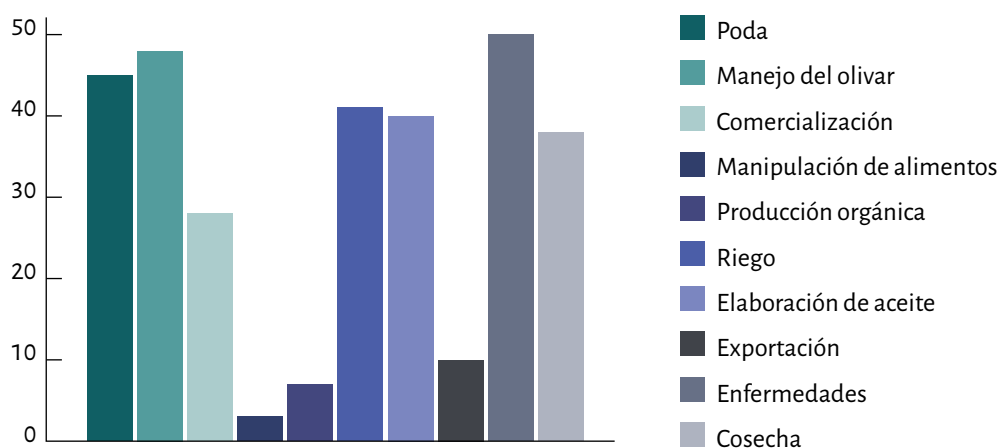
Respecto a algunas de las características sociales de los productores, se encontró que su nivel máximo de estudios es alto: el 65 % ha completado una carrera universitaria y el 97 % del total tiene el secundario completo. La edad promedio de los propietarios es de 52 años; los de mayor edad se encuentran en Coronel Dorrego.

Por otra parte, se obtuvo que el promedio de antigüedad de las empresas es de 15 años, con un promedio de 8 años asignados a la producción agropecuaria y uno de 4 años dedicados a la producción olivícola. Esto se corresponde con lo mencionado anteriormente sobre el reciente desarrollo de esta actividad, en muchos casos como complemento de las actividades agropecuarias tradicionales.

En lo referido al formato legal de las empresas, se aprecia que aproximadamente el 50 % funciona de acuerdo con el régimen monotributista. También es destacable que casi el 10 % pertenece a la economía informal.

Otro ítem relevado en la encuesta es el de las capacitaciones realizadas por los empresarios. En este sentido, es lógico que, si son ajenos al sector, se capaciten para conocer acerca del tema olivícola. En la figura 3, las barras indican el porcentaje de empresarios que ha realizado cursos o asistido a charlas relacionadas con las actividades propias de la producción del sector. Se aprecia que la mayor demanda de instrucción tuvo que ver con el manejo del olivar en general, la poda, la cosecha, el control de enfermedades, el riego y la elaboración de aceite.

Figura 3. Porcentaje de empresarios con capacitaciones



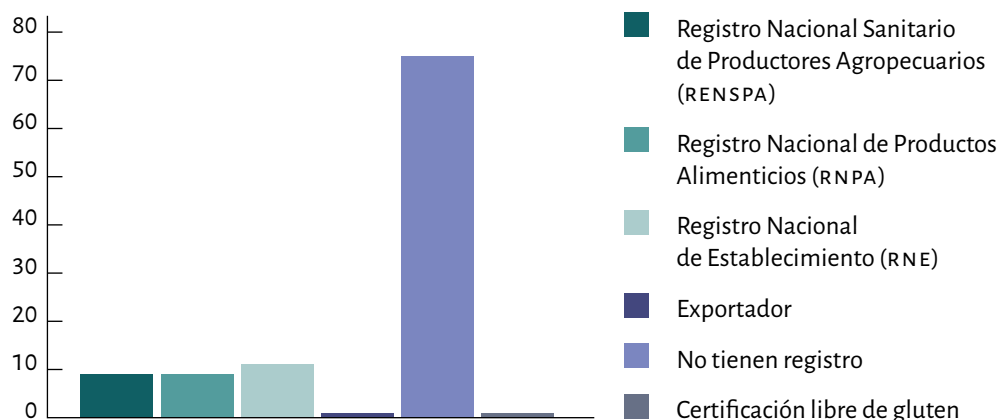
Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, es interesante conocer la percepción de los propietarios en lo relativo a las capacitaciones que necesitan o desean reforzar. Prevalece el tema de la poda, el control de enfermedades, el riego y la comercialización. Además, surgen aspectos en los que ninguno declaró haber tenido capacitación, como el aprovechamiento de residuos y la fertilización. Los ítems en los que los productores declaran que necesitan

menos asistencia son en el manejo del olivar y la elaboración de aceite, justamente los dos más relevantes en la producción olivícola.

A su vez, casi el 80 % de las empresas no posee ningún registro específico de producción de alimentos, ni de exportador (figura 4).

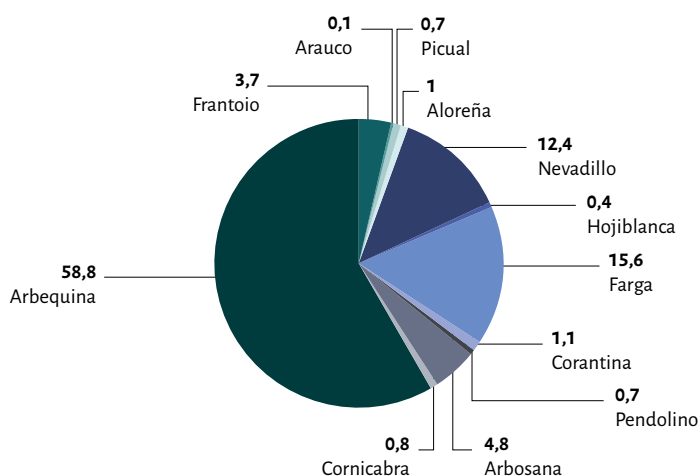
Figura 4. Porcentaje de empresas que poseen algún tipo de registro



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a las variedades que se cultivan, la arbequina representa casi el 60 %, en tanto hay otras variedades que participan en menor proporción, ya sea para lograr buenas mezclas o para diversificar con el fin de enfrentar mejor los problemas causados por enfermedades o por cuestiones relacionadas con el rendimiento de las diferentes producciones (figura 5).

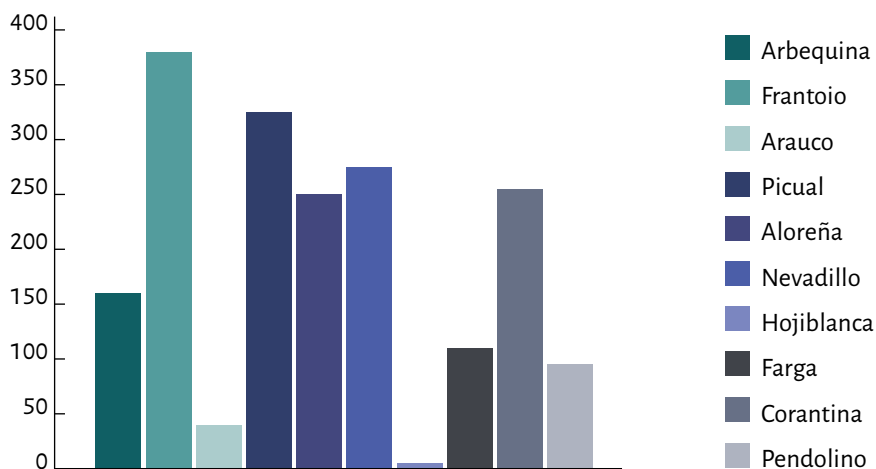
Figura 5. Porcentaje de hectáreas cultivadas según la variedad



Fuente: elaboración propia.

En relación con la cantidad promedio de plantas por hectárea, en la figura 6 se observa que la mayor concentración promedio se encuentra en la variedad frantoio, seguida de la picual, la nevadillo y la corantina. Esto se condice con la edad de las plantaciones, ya que las de mayor antigüedad corresponden a la arbequina y, por ende, son las que ostentan menor cantidad de plantas por hectáreas, lo que evidencia una tendencia en el tiempo a aumentar la densidad de las plantaciones.

Figura 6. Cantidad promedio de plantas por hectárea de acuerdo con la variedad



Fuente: elaboración propia.

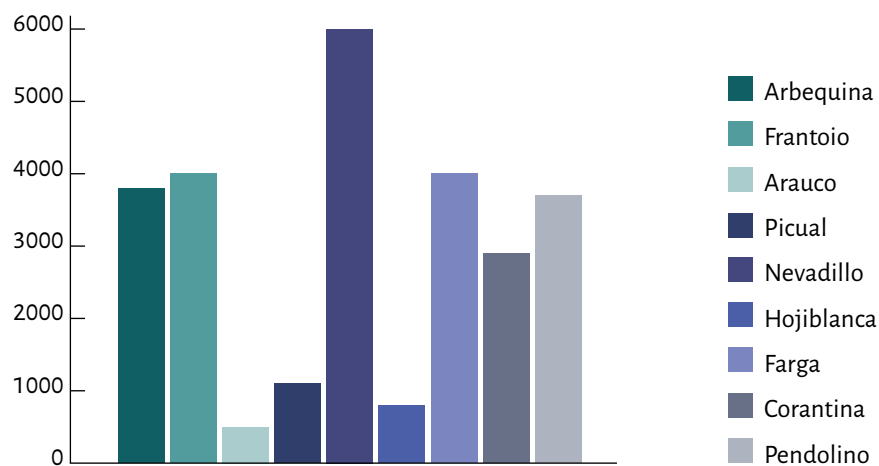
Como se anticipara, el rendimiento de las plantas en kilos difiere según las hectáreas con riego, la densidad de la plantación, la antigüedad y—principalmente—la variedad del cultivo. Esto último se aprecia en la figura 7, a partir de la que es posible concluir que la nevadillo es la variedad con mayor rendimiento, seguida de la farga, la frantoio y pendolino.

Con el propósito de armar el *cluster* de relaciones insumo-producto que vinculan a las empresas entre sí y con determinadas organizaciones, se inquirió acerca del lugar donde compran sus insumos. Casi la mitad de los plantines son originarios de la provincia de San Juan, seguida de Mendoza y, en mucha menor proporción, Bahía Blanca y Puan.

La misma pregunta referida a los agroquímicos reflejó que casi el 60 % procede de Bahía Blanca, seguido en importancia de Coronel Dorrego, dado que allí se concentra la mayor cantidad de hectáreas dedicadas al cultivo de olivos.

En cuanto a los envases, el 47 % proviene de la CABA, a continuación de Córdoba y, en mucha menor medida, de Bahía Blanca y Mendoza. Solo el 5 % de los empresarios importa los envases desde Chile. Cabe aclarar que los porcentajes están calculados de acuerdo con la cantidad de empresas, por lo que no están ponderados según la magnitud de ventas de cada una.

Figura 7. Rendimiento promedio por variedad (en kg/ha)



Fuente: elaboración propia.

También se indagó acerca de quiénes proveen la mano de obra en las plantaciones. En este sentido, se supo que los propietarios se encargan de la mayor parte de las pulverizaciones, la cosecha, el riego, la preparación del suelo y la plantación. No ocurre lo mismo con el asesoramiento.

La cosecha es una actividad muy citada en la pregunta referida a las capacitaciones y, según la encuesta, es realizada casi en un 70 % por los propios empresarios. Esta se efectúa principalmente con un rastrillo que se pasa entre las ramas de la planta para desprender las aceitunas (46 % del total), en tanto el 29 % también se cosecha manualmente pero sin mediar ningún instrumento. El 25 % de los empresarios tiene una cosecha mecanizada.

Respecto a la cantidad de empresarios y su relación con las labores, se obtuvo que en 19 casos las llevan a cabo los mismos propietarios, mientras que hay 13 casos de fincas con trabajadores permanentes. El resto contrata empleados temporalmente; la cosecha es la principal actividad por la que se recurre a trabajadores ajenos a la empresa (un total de 190 han sido declarados por los productores). Casi en igual proporción se requieren empleados temporarios para podar y para desmalezar o regar.

Asimismo, para conocer si los productores especulan con el precio del aceite, se les preguntó si lo almacenaban y se encontró que solo el 24 % de ellos lo hace y no con el propósito de vender más tarde a un mejor precio, sino por cuestiones referidas a la obtención de algún *blend*.

Además, se buscó conocer si los productores realizan análisis de su aceite, y la respuesta fue positiva en dos tercios del total. Esta práctica está asociada a la participación de las empresas en concursos o ferias, por lo que necesitan conocer la calidad de su producto. En su mayoría se trata de controles de acidez y peróxidos, que se realizan en el Laboratorio IACA de Bahía Blanca con una frecuencia de al menos una vez al año.

Acerca del aprovechamiento del residuo de la extracción de aceite, se halló que la mitad de los productores no lo utilizan, lo cual no significa que sea desaprovechado, sino que no lo utilizan directamente, debido a que permanece en el lugar donde tercerizan la extracción de aceite. El mayor uso de los residuos es en forma de abono (26 %) y de calefacción (18 %), y en mucha menor medida para la fabricación de productos cosméticos (3 %).

Como se indicara anteriormente, la etapa de la extracción de aceite de la aceituna es realizada por otra finca en un 40 % de los casos. Casi con el mismo porcentaje se efectúa la extracción en la propia finca y en cooperativas, como la de Coronel Dorrego y Puan.

La extracción de aceite por encargo es uno de los ítems que constituyen un ingreso para algunas fincas (4 %); sin embargo, este principalmente proviene de la venta exclusiva de aceite (15 %), seguido en mucha menor medida de la venta exclusiva de aceitunas (4 %), o de ambas ventas al mismo tiempo (4 %). Otros conceptos que les permiten facturar a las empresas, pero en muy pequeña proporción, son los originados en la venta de subproductos, como pasta de aceitunas, o en las visitas guiadas a las fincas.

Por otra parte, las labores conocidas como «buenas prácticas en el olivar» son ampliamente conocidas y aplicadas por los productores de la zona. Solo el 29 % declaró no conocerlas.

Acerca de la participación de los empresarios en acontecimientos como ferias, concursos, etc., se registró un 86 % de respuestas afirmativas; mientras que la menor cantidad de participación de empresarios se registró en las rondas de negocios internacionales (solo 2 del total). Los eventos en los que se registra más participación son la Feria del Olivo en Coronel Dorrego, la misma feria que se desarrolló en la Rural de Palermo (CABA), y la Feria Cuyo Oliva.

En cuanto a las ventas, los productores eligen mayormente el canal minorista y en la región (27 casos), sobre todo en puestos cercanos a la ruta frente a las fincas; incluso fuera de la región prevalece la venta minorista. Además, únicamente 2 productores exportan y también son 2 las fincas que venden su aceite directamente a los restaurantes.

La presentación que prevalece en la diversidad de ofertas es el envase de ½ litro, que, junto con el de 1 litro, representan algo más de la mitad de las ventas. Estas proporciones fueron ponderadas de acuerdo con lo declarado por cada productor.

A su vez, la venta en envases de 3 y 5 litros también es significativa, ya que el consumo familiar ha ido en aumento debido a que se abarata el costo del producto al comprarlo en mayor cantidad. Por último, el envase que menos participa en la venta es el de ¼ litro: solo representa el 4,3 % de esta.

Respecto a las carencias manifestadas por los productores, el común denominador es la falta de financiamiento, principalmente para las cuestiones relacionadas con la fertilización, la instalación de un sistema de riego y la construcción de galpones u otro

tipo de infraestructura. De menor trascendencia son las carencias relacionadas con el reemplazo del 10 % de plantas que debe hacerse entre el 1.º y 4.º año debido a su mortandad, a lo que se agrega la necesidad de nuevas herramientas, la instalación de una sala de extracción de aceite y la de plantar nuevas variedades para lograr un *blend*. Por último, y de menor relevancia, resultaron la compra de máquinas vibradoras para cosechar las aceitunas, la producción propia de plantines y la instalación de una línea automática de envasado.

En lo referido al grado de asociatividad o pertenencia a alguna institución que nuclea a los productores, un 30,56 % declaró participar en la Cámara de Sur Oliva de Puan. Mayor es el porcentaje de participación en el caso de cooperativas (46,34 %), como la Cooperativa Olivícola de Coronel Dorrego y la Cooperativa Olivícola Patagonia de Cabildo.

Por otra parte, solo uno de los productores manifestó pertenecer a la Sociedad Rural y solo uno al Programa Cambio Rural del INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria). También hay un productor que pertenece al Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social, uno que participa en el Centro Cultural Agropecuario y, finalmente, otro que forma parte del Circuito Turístico de los Olivares.

En cuanto a las acciones llevadas a cabo conjuntamente por los productores, se estimó en 46,34 % el número de empresas que las concretan. La capacitación ocupa el primer lugar (10 casos), le siguen la compra de insumos (5 casos, principalmente para abaratar el costo del flete de los plantines que, como se indicara anteriormente, no provienen de la zona) y el préstamo de herramientas. Presentan menor relevancia el intercambio de técnicas, la prestación de servicios de extracción de aceite y las visitas guiadas a las fincas (3 respuestas en cada caso). De todas las acciones, la que menos realizan en forma conjunta es la gestión de créditos (2 casos), justamente el aspecto que más restringe la posibilidad de expansión de la producción.

Sobre la continuidad de este tipo de actividades encaradas en forma común, se encontró que el 31,58 % las volvería a llevar a cabo.

Una mención especial requieren las aceiteras, cuya cantidad de equipos, antigüedad, capacidad, rendimiento y localización es posible conocer (tabla 1). Resalta que la principal marca de los equipos es Oliomio, su antigüedad promedio es de 6,5 años y la capacidad promedio es de 4180 kilos de aceitunas por hora. Los rendimientos que figuran en la tabla corresponden al porcentaje de aceite que se extrae por cada aceituna, el cual es del 15,33 % en promedio con un valor máximo de 22 y mínimo de 12.

Tabla 1. Información de aceiteras

Marca	Capacidad (k/h)	Antigüedad (años)	Rendimiento promedio (%)	Rendimiento		Localización
				Mínimo	Máximo	
Di Bacco	280	10	17	12	20	C. Dorrego
Pieralisi	800	3	17	12	20	C. Dorrego
Oliomio	500	5	14	12	15	C. Dorrego
Oliomio	150	4	14	12,80	16,9	C. Dorrego
Di Bacco	250	4	14	12	16	Puan
Pieralisi	1500	19	17	14	18	C. Dorrego
Oliomio	100	1	14			Bahía Blanca
Oliomio	100	2,5	18	12	22	C. Dorrego
Oliomio	500	5	13			M. Buratovich
Total	4.180	6,5	15,33	12,40	18,27	

Fuente: elaboración propia.

Dos tercios de las aceiteras están localizadas en Coronel Dorrego, dada la proximidad a las plantas de olivos.

Discusión de los resultados

A partir de los resultados del censo fue posible construir la red de relaciones de los productores del SOB entre sí y con los «eventos» que los vinculan. En este caso, un evento es un suceso o una actividad que relaciona a un productor con otro indirectamente, porque ambos participan en una entidad o realizan determinadas prácticas, o que vincula directamente al productor con esa entidad o con esa conducta.

En el gráfico siguiente, los actores están identificados con un par de letras elegidas al azar para mantener su anonimato. Cada uno está representado por un círculo de color rosa, cuyo tamaño asciende de menor a mayor según la cantidad de vínculos que tenga con otros actores o eventos. Las relaciones de los productores entre sí son las mencionadas previamente en los gráficos (compras en conjunto, etc.). Se aprecia que el «tamaño» de los productores es variado, ya que algunos tienen muchas vinculaciones con otros, algunos tienen pocas y otros se hallan más bien aislados.

Los eventos están representados por los círculos marcados en violeta. Estos unen a los productores que participan de ese evento, por ejemplo: venta minorista, pedido de análisis de calidad al Laboratorio IACA, compra de plantines en San Juan, contratación de empleados temporarios, capacitaciones, entre otros. Nuevamente, el tamaño del círculo asciende de menor a mayor según la frecuencia con la que ese evento fue declarado en el censo (figura 8).

un alimento; esto implicó que los propietarios debieran controlar los permisos y la salud de los trabajadores contratados, lo que fue monitoreado muy de cerca por el Ministerio de Trabajo de la Nación.

Esto significó que se redujera aproximadamente a la mitad la cantidad de empleados contratados habitualmente. La diferencia se suplía, en muchos casos, con las familias de los empleados permanentes y de los mismos dueños de las fincas. Por ende, la cosecha, que generalmente abarca los meses de abril y mayo, se extendió hasta junio en las empresas con mayor cantidad de hectáreas, con los costos que esto acarrea.

Cabe destacar, como se mencionó anteriormente, que el hecho de conseguir trabajadores para la cosecha ya era de por sí problemático para las empresas, ya sea por la escasez (en muchos casos prefieren no trabajar en blanco para no perder la ayuda social que reciben del Gobierno), su falta de capacitación o las continuas exigencias del Estado en relación con la contratación (lugares para alojarlos, etc.). Por esta razón, algunas fincas están implementando la cosecha mecánica, con la consecuente inversión que supone.

- ▶ Por un lado, las ventas se incrementaron porque muchas familias, que estaban confinadas a sus hogares, aumentaron su interés por cocinar. Sin embargo, por otro lado, la caída del poder adquisitivo de la población debida a la reducción de los ingresos o a la pérdida de puestos de trabajo produjo una merma considerable en las ventas de este producto, que no es básico y que tiene un diferencial de precio importante respecto de otros aceites, como el de girasol. Además, las fincas que tienen puestos a la vera de la ruta vieron disminuida su venta en esas bocas de expendio puesto que, aunque la ruta nacional Nº 3 (sobre la cual se halla la mayor parte de las empresas de Coronel Dorrego) es muy transitada, la circulación de vehículos estuvo restringida notablemente. El porcentaje de empresas entrevistadas cuyas ventas cayeron ascendió al 36 %, según lo manifestado en la encuesta.
- ▶ Las empresas que abrían sus fincas para visitas guiadas (el 18 % del total) debieron abandonar esa actividad, que está retornando paulatinamente recién ahora y con el aforo permitido por las reglamentaciones.
- ▶ La suspensión de las ferias y otros acontecimientos regionales de este tipo afectó las ventas de las empresas que participaban por medio de un *stand* (como se apuntó con anterioridad, el 86 % del total de acuerdo con el censo).
- ▶ Ningún organismo de Gobierno se acercó al sector con el fin de ofrecer ayuda para paliar las consecuencias negativas de la pandemia.
- ▶ El 46 % de los productores encuestados no fueron afectados por la pandemia, debido a que no contratan mano de obra temporaria ni registraron variaciones en sus ventas.

Conclusiones

El análisis conjunto de las relaciones permite concluir que el núcleo olivícola productor de aceite del SOB es un *cluster* regional muy incipiente en lo que hace a compartir eventos que, por otra parte, son bastante diversos en los siguientes sentidos:

- ▶ Hay varios proveedores para cada uno de los insumos, lo que significa que aunque no todos son negocios locales, los productores aplican estrategias para disminuir costos de producción importando de otras zonas del país –incluso de Chile– envases, plantines, agroquímicos y otros insumos menores, como hilos y etiquetas.
- ▶ Casi la totalidad de los productores contrata mano de obra local temporaria, principalmente en época de cosecha, sumado a que la mayoría cuenta con, al menos, un empleado permanente.
- ▶ Hay un efecto derrame hacia el Laboratorio IACA, donde un gran porcentaje de productores analiza la calidad de su aceite.
- ▶ La capacitación en la Universidad Nacional del Sur y otros lugares es un hábito saludable de los empresarios olivícolas de la zona. Esta se debe a que algunos de ellos incursionan en una actividad nueva que requiere conocimiento.
- ▶ Los puntos de venta son principalmente dentro del SOB y en su mayoría en forma minorista; aunque hay casos en los que la venta se lleva a cabo fuera de la región, incluso se exporta, y otros en los que también se realiza a mayoristas o directamente a los restaurantes.
- ▶ La vinculación con la Cámara Olivícola de Puan y la Cooperativa de Dorrego es notable.
- ▶ Aunque en menor medida, también se destaca la participación de los productores en ferias, concursos y fiestas relacionadas con el sector.
- ▶ Asimismo, en menor grado, se encuentra relación entre los productores y los profesionales que les ofrecen asesoramiento.
- ▶ El tema del riego es un ítem que interesa a los productores, tanto en lo referido a la capacitación como a la implementación, ya que se vinculan con dos técnicos especializados en ese tipo de obras.

A partir del análisis del censo y de la red de vínculos, es posible concluir que se está conformando un *cluster* que cabe en la categoría definida por Porter (1990) como conglomerado de empresas que «colaboran para competir» (p. 14), es decir, que emprenden acciones conjuntas para potenciar su productividad individual y, por ende, lograr una sinergia importante.

En cuanto a la pandemia y a las medidas de aislamiento y distanciamiento implementadas por el Gobierno, el efecto se sintió sobre casi la mitad de las empresas, principalmente debido a su impacto sobre las ventas y a la prolongación del período de cosecha ante la menor disponibilidad de trabajadores ocasionales.

Referencias bibliográficas

- ARTECHE, M.; SANTUCCI, M. y WELSH, S. V. (2013). Redes y clusters para la innovación y la transferencia del conocimiento. Impacto en el crecimiento regional en Argentina. *Estudios Gerenciales*, (29), 127-138.
- BOSTAL, F.; OBIOL, L.; FUERTES, M.E. y PICARDI M. S. (2009). *La olivicultura: alternativa de diversificación para el sudoeste bonaerense*. XL Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Agraria. CD-ISSN 1666-0285, Libro de Resúmenes. Bahía Blanca, Argentina.
- CASTILLO, P. R. (2013). El complejo olivícola argentino: principales tendencias para el aceite de oliva y aceituna de mesa. *Documentos del CIEA*, (9), 159-180
- PICARDI, M. S.; OBIOL, L. et al. (2014). *Aceite de oliva argentino. Competitividad, rentabilidad, impacto ambiental, y un nuevo actor: El sudoeste bonaerense*. Bahía Blanca, Argentina: EDIUNS.
- PICARDI, M. S. & TEDESCO, L. (2009). *Desarrollo, políticas públicas y clusters: el caso de la agroindustria en la Argentina*. Asociación Argentina de Economía Agraria. ISSN 1666-0285. Recuperado de: www.aaea.org.ar
- PICARDI, M. S.; BOSTAL, F.; OBIOL, L. y FUERTES, E. (6-8 de octubre de 2010). *Desarrollo territorial rural y la producción de aceitunas para aceite en la región sudoeste bonaerense*. XLII Reunión Anual de Economía Agraria, XV Jornadas Nacionales de Extensión Rural y VII del Mercosur, San Luis.
- PICARDI, M. S. y OBIOL, L. (2011). Desarrollo territorial sostenible. El caso de la olivicultura: un estudio para la región del sudoeste de la provincia de Buenos Aires, Argentina. *Revista Trayectorias* (32), 94-117.
- PORTER, M. E. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. New York: Free Press.