



UNIVERSIDAD JUAN AGUSTÍN MAZA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y JURÍDICAS
CONTADOR PÚBLICO NACIONAL

**LA EXPORTACIÓN: TRATAMIENTO IMPOSITIVO Y SITUACIÓN ACTUAL
DEL SECTOR OLIVÍCOLA EN ARGENTINA**

Alumno: Daniela Analía Pasero

Tutor Disciplinar: Esp. Cra. Liliana Ruiz

Tutor Metodológico: Mg. Cecilia Raschio

MENDOZA

2015

Mediante la presente tesina y la defensa de la misma aspiro al título de Contador Público Nacional.

Alumno: Daniela Analía Pasero

DNI: 32.980.894

Matrícula: 1.480

Fecha del examen final:

Docentes del Tribunal Evaluador:

Calificación:

Resumen del Trabajo

La olivicultura es el estudio de las técnicas y mejoramiento del cultivo del olivo y del aceite de oliva. Comprende principalmente dos subsectores industriales de gran importancia para el desarrollo y crecimiento de las economías regionales argentinas: el de la elaboración de aceitunas de mesa y el de la extracción de aceite de oliva.

La olivicultura argentina está transitando un camino donde se diferencian claramente dos caras, por una parte hay una revalorización del producto que se vislumbra en el desarrollo del mercado y por otra las fuertes amenazas a la producción nacional desde el sector externo y ciertas inequidades en el mercado nacional.

El presente trabajo tiene por objeto dar a conocer la situación por la que ha pasado el sector olivícola de nuestro país en los últimos 5 años, especialmente en aquellas empresas que son exportadoras. Al igual que muchas de las economías regionales de la provincia, se ha visto muy castigada por las distintas trabas que han puesto los países importadores y la carga impositiva que tienen que afrontar.

Es por ello que mediante el análisis de variada bibliografía y entrevistas a empresarios del sector, pude obtener un mayor conocimiento y profundidad sobre el tema. De allí que los resultados obtenidos concuerdan con lo estudiado. La situación actual es difícil para las economías regionales de nuestro país, la carga impositiva en muchos casos los supera y la notable disminución de las exportaciones es una variable que complica en gran medida a aquellas empresas que destinan un mayor porcentaje al mercado externo por sobre el interno.

Para aquellos que puedan sortear estos problemas, la oportunidad es la de un mercado pujante, en crecimiento, con un producto excelente y noble que, bajo ciertas condiciones, tiene capacidad de crecer enormemente y generar una oferta exportable muy importante.

Palabras Claves

OLIVICULTURA - EXPORTACIÓN - COMPETITIVIDAD - PRESIÓN IMPOSITIVA
RENTABILIDAD - PRODUCCIÓN - INFLACIÓN

Correo Electrónico

danipasero@hotmail.com

ÍNDICE GENERAL

Introducción – Situación Problemática.....	1
Pregunta de Investigación.....	2
Objetivo General.....	2
Objetivos Específicos.....	3
Justificación.....	3
Estructura de Trabajo.....	4
CAPÍTULO I: OLIVICULTURA A NIVEL MUNDIAL.....	5
Presentación.....	5
Contexto Internacional.....	6
Países Productores de Aceite de Oliva.....	6
Producción Mundial de Aceitunas de Mesa.....	7
Exportaciones Españolas de Aceitunas de Mesa.....	8
CAPÍTULO II: OLIVICULTURA EN ARGENTINA.....	10
Presentación.....	10
Regiones Productoras.....	11
Producción de Aceitunas de Mesa.....	15
Producción de Aceite de Olivo.....	16
CAPÍTULO III: OLIVICULTURA EN MENDOZA.....	17
Presentación.....	17
Participación por Región Productora.....	18
Características de la Olivicultura en Mendoza.....	19
Sector Industrial.....	20
Comercio Exterior.....	20
CAPÍTULO IV: IMPUESTOS QUE GRAVAN AL SECTOR.....	22
Sistema Tributario Nacional.....	22
Impuesto a las Ganancias.....	23

Sujetos del Impuestos.....	24
Naturaleza Civil de las Ventas Realizadas por los Productores.....	24
El Objeto del Gravamen.....	25
Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta.....	26
Sujetos del Impuesto.....	26
Exenciones.....	27
Impuesto sobre los Bienes Personales.....	27
Exenciones.....	27
Impuesto al Valor Agregado.....	27
Reducción de alícuota para la actividad agropecuaria.....	29
Impuesto a las Exportaciones o Retenciones.....	30
Impuesto a los Combustibles.....	32
Impuesto a las Transacciones Financieras (Impuesto al Cheque).....	33
Impuestos Provinciales.....	34
Impuesto sobre los Ingresos Brutos.....	34
Hecho Imponible.....	34
Exención.....	34
Alícuotas.....	35
Impuesto de Sellos.....	35
Impuesto Inmobiliario.....	36
Impuesto a los Automotores.....	36
Conclusión.....	37
Ley 22021: Promoción para las Provincias de San Luis, La Rioja y Catamarca...38	
Beneficios para la Empresa Promovida.....	39
CAPÍTULO V: EXPORTACIONES.....	40
Concepto.....	40
Exportadores.....	40

Destinaciones de Exportación.....	40
Definitivas.....	41
Suspensivas.....	41
Tránsito de Exportación.....	41
Exportación Temporal.....	41
Removido.....	42
Derechos de Exportación.....	43
Hecho Imponible.....	43
Momento Imponible.....	43
Tipo de Cambio.....	43
Alícuota.....	44
Derechos Aduaneros.....	44
Base Imponible.....	44
Estímulos a las Exportaciones.....	45
Drawback.....	46
Reintegro a la Exportación.....	46
Reembolsos.....	46
Admisión Temporal.....	47
Sistema Generalizado de Preferencias.....	47
Pre-financiación de Exportaciones.....	47
Régimen de Financiación.....	48
Financiamiento del IVA.....	48
Zona Franca.....	48
La Exportación en Números.....	49
Aceitunas de Mesa.....	49
Exportación de Aceitunas de Mendoza y Argentina.....	50
Principales Destinos de las Exportaciones Argentinas.....	51

Aceite de Oliva.....	51
Exportación de Aceite de Olivo de Mendoza y Argentina.....	51
Principales Destinos de las Exportaciones Argentinas.....	52
CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE UNA EXPORTACIÓN.....	54
Secuencia de una Exportación.....	54
Evaluación de un Proyecto de Exportación.....	55
La Decisión de Exportar.....	56
CAPÍTULO VII: DEVALUACIÓN, INFLACIÓN Y COMPETITIVIDAD.....	59
Tipo de Cambio Nominal.....	59
Tipo de Cambio Real (bilateral).....	59
Devaluación vs. Inflación ¿Se acabó la competitividad para los exportadores?...60	60
La Pérdida de Competitividad.....	60
Panorama Actual del Sector.....	61
Fuentes de financiamiento del Ministerio de Agroindustria y Tecnología.....	63
Fondo para la Transformación y el Crecimiento de Mendoza.....	63
Fonapyme.....	66
Otras líneas de crédito.....	66
CAPÍTULO VIII: DISEÑO METODOLÓGICO.....	68
CAPÍTULO IX: RESULTADOS.....	70
CONCLUSIONES.....	79
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
ANEXO I: Planilla de Alícuotas del Impuesto sobre los Ingresos Brutos (Actividad Agrícola).....	84
ANEXO II: Modelo de entrevista.....	86

INTRODUCCIÓN

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Una de las principales barreras que enfrentan las Pymes, al momento de exportar, es el acceso a la información. No contar con información relevante impide al empresario evaluar correctamente las alternativas disponibles, lo que incide en el proceso decisorio.

Tomar la decisión correcta permite a las empresas llegar a mercados que cuentan con una perspectiva de crecimiento y desarrollo. La exportación es el resultado de un proceso de investigación, formación, planificación e inversión.

El proceso de exportación involucra varias etapas entre las que se destacan la decisión de la empresa de exportar, la identificación del mercado potencial, el contacto con los potenciales clientes o compradores y la etapa de cotización y venta del producto.

El proceso de llevar adelante una exportación también significa para las Pymes un desafío a nivel financiero, dicho proceso involucra erogaciones de fondo tanto en asesoramiento, capacitación, reestructuración y demás requisitos para recorrer con éxito el camino hacia la concreción del negocio planificado, y que en muchas oportunidades dichas empresas desisten por no contar con los recursos necesarios.

Ante esta situación el Gobierno a través de sus distintos organismos ha lanzado una serie de medidas tendientes a cambiar dicha situación, proponiendo planes de fomento a las actividades exportadoras de las Pymes con planes de capacitación, asesoramiento, acceso a información relevante de los distintos mercados.

Pero ante la realidad actual, los empresarios de las Pymes de la región, que tienen entre sus proyectos la concreción de actividades exportadoras y el desarrollo de sus empresas, viven una situación muy distinta a lo que el Estado pretende impulsar, enfrentando situaciones coyunturales y habituales

fundamentales para la subsistencia de su empresa. Dichos empresarios se ven sofocados por la excesiva carga tributaria, falta de infraestructura adecuada, mala calidad en los servicios necesarios para la producción, falta de apoyo por parte de los organismos públicos, una realidad económica cambiante y una alta influencia de los costos de transporte, entre otras causas de singular importancia, impidiendo de esta manera que se pueda llegar a un nivel de actividad productiva que favorezca el lanzamiento de un producto en el mercado exterior que resulte competitivo y obtener una rentabilidad adecuada para la Empresa.

Este trabajo pretende reflejar la situación que enfrentan estas pequeñas y medianas empresas en particular y sobre todo, poniendo mayor énfasis en el sector olivícola, una de las economías regionales de nuestra provincia que se ha visto muy castigada este último año. Para ello se desarrollarán los conceptos necesarios que incumben a la elaboración del marco teórico sobre las distintas fases que engloban el desarrollo de una decisión de exportar, conjuntamente con la información obtenida a través de la investigación bibliográfica y de los distintos organismos acerca de los beneficios, ventajas, capacitación e información a las que las Pymes pueden tener acceso, su tratamiento impositivo, la situación actual de las Pymes olivícolas de Mendoza y un panorama a nivel nacional y provincial de la disminución que provoca en las ganancias, una situación de inflación frente al tipo de cambio de las divisas extranjeras.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es el impacto de la carga impositiva que sufre una pyme olivícola exportadora en la provincia de Mendoza? ¿Es conveniente exportar en esta situación?

OBJETIVO GENERAL

Analizar el impacto de los distintos tributos que gravan la actividad agrícola, poniendo énfasis en el sector olivícola de Mendoza y en las pymes exportadoras.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir la situación mundial, nacional y provincial del sector olivícola.
- Analizar cuáles son los beneficios que brinda el gobierno a los exportadores de la región.
- Evaluar el impacto de la inflación en la rentabilidad, comparándolo con el tipo de cambio.
- Explicar los distintos impuestos que gravan la actividad agrícola.

JUSTIFICACIÓN

Los motivos por los cuales he decidido analizar este tema responden a mis conocimientos sobre el mismo. Ya que vivo muy de cerca la situación porque trabajo en una pyme que exporta productos olivícolas a Brasil. Es por ello que se que el sector ha sido muy castigado este año por la situación económica del país y esto ha provocado que los productos pierdan competitividad en el mercado mundial; provocando hasta el cierre de empresas muy conocidas en la provincia y el país.

Creo que es un buen tema para analizar y tratar de brindar soluciones o estrategias para que estas pequeñas y medianas empresas, en gran parte empresas familiares, continúen en su camino y puedan así, seguir creciendo y fomentando la cultura del esfuerzo, dedicación y trabajo.

ESTRUCTURA DEL TRABAJO

El trabajo final posee 9 capítulos que se detallan a continuación:

En el Capítulo 1, se describe la situación de la olivicultura a nivel mundial, reconociendo los principales países productores tanto de aceitunas de mesa, como de aceite de oliva.

En el Capítulo 2, se analiza el sector olivícola en Argentina, poniendo énfasis en sus principales regiones productoras.

En el Capítulo 3, se exponen las principales características de la olivicultura en Mendoza y su relación con el comercio exterior.

En el Capítulo 4, se desarrolla el marco teórico de los principales tributos que afectan a la actividad agrícola, tanto a nivel nacional como provincial.

En el Capítulo 5, se describen conceptos relativos a la exportación, los distintos tipos que existen, derechos que la gravan, estímulos a los que pueden acceder los exportadores y un resumen de las exportaciones de aceitunas y aceite de oliva, con los principales destinos de las mismas, tanto de Argentina como de Mendoza.

En el Capítulo 6, se detalla la secuencia de una exportación y se dan pautas sobre la evaluación de un proyecto de exportación.

En el Capítulo 7, se exponen temas relacionados al tipo de cambio, devaluación, inflación y competitividad empresarial.

En el Capítulo 8, se plantea el diseño metodológico.

En el Capítulo 9, se analizan e interpretan los resultados.

CAPÍTULO 1: OLIVICULTURA A NIVEL MUNDIAL

PRESENTACIÓN

La olivicultura es el estudio de las técnicas y mejoramiento del cultivo del olivo y del aceite de oliva. El objetivo principal es incrementar lo máximo posible la competitividad del sector, mejorando las técnicas de cultivo, las formas de producción, incrementando la productividad, consiguiendo un mayor grado de profesionalización.

La actividad olivícola comprende principalmente dos subsectores industriales de gran importancia para el desarrollo y crecimiento de las economías regionales argentinas: el de la elaboración de aceitunas de mesa y el de la extracción de aceite de oliva.

Constituye una actividad de notable expansión en la Argentina, que se encuentra en pleno proceso de crecimiento, generando nuevos puestos de trabajo, logrando la incorporación de tecnología y apostando fuertemente a la inversión con el objeto de lograr un importante desarrollo económico. Esta actividad posicionó a nuestro país como el séptimo productor mundial de aceitunas en conserva y el décimo productor de aceite de oliva.

A principios de los años 90' la olivicultura ingresó en una etapa de profundas transformaciones. El dinamismo adquirido por este sector, hizo que la olivicultura mundial sea liderada por países que se atreven a llevar sus productos a los mercados más exigentes del mundo a precios muy competitivos.

Argentina resulta ser uno de los nuevos países que ingresan en este proceso de cambio contando con el potencial necesario para transformarse en uno de los principales actores de la olivicultura mundial. Dentro del mismo periodo considerado, la Argentina creció en un 279,3%, convirtiéndose de este modo, en la séptima productora mundial de aceitunas en conserva.

Nuestro país se encuentra situado geográficamente en una zona que le permite contar con las condiciones climáticas y de suelo propicias para este tipo de cultivo.

El cultivo del olivo, en el país, data de tiempos lejanos, siendo un producto de gran importancia para la actividad económica de la provincia. Mendoza posee más de 100 fábricas que se dedican a la elaboración de productos derivados de la aceituna. Actualmente, ocupa el cuarto lugar respecto a superficie cultivada de olivo, y el segundo en superficie destinada a aceitunas en conserva, después de La Rioja.

Las principales provincias productoras en orden de superficie comprometida con el cultivo son: Catamarca, La Rioja, San Juan, Mendoza, Córdoba y Buenos Aires. La Región Cuyana es la principal productora nacional de aceitunas y sus manufacturas, aportando alrededor del 85-90% de las exportaciones nacionales del sector.

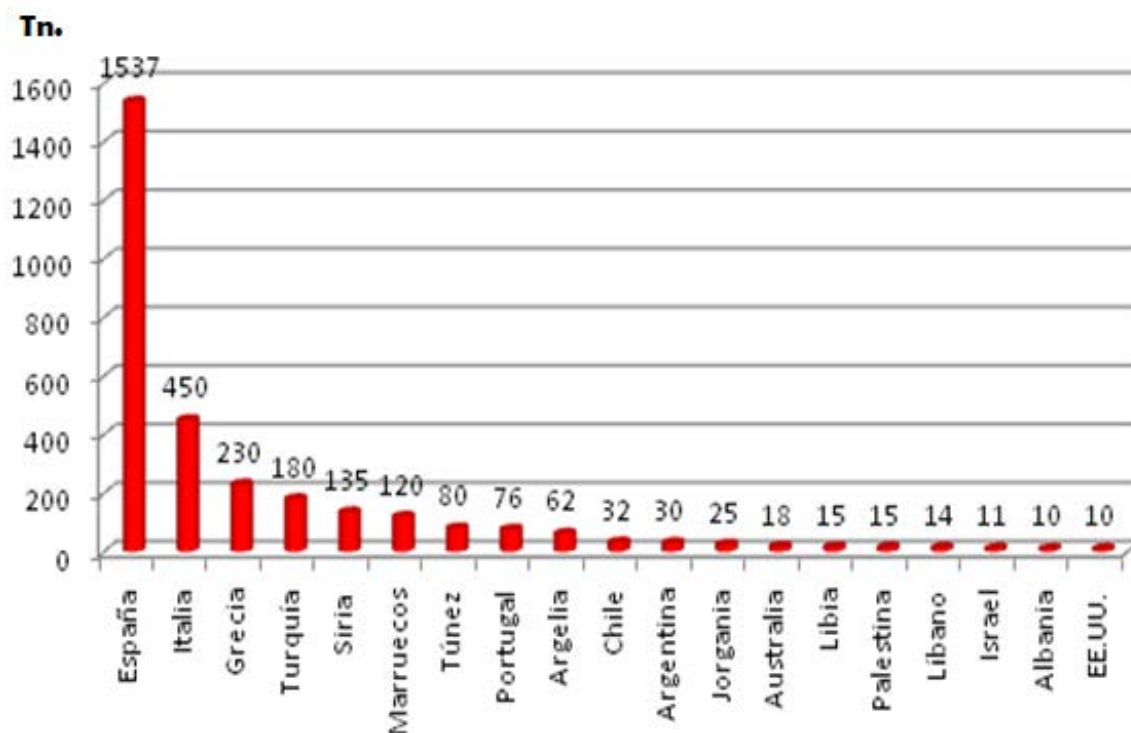
CONTEXTO INTERNACIONAL

PAÍSES PRODUCTORES DE ACEITE DE OLIVA¹

La producción mundial de aceitunas para los años 2013/2014 fue de 2,5 millones de toneladas. En tanto la producción mundial de aceites de oliva para el mismo periodo fue de 3,09 millones de toneladas. El principal país productor es España (tanto de aceitunas como de aceite de oliva), seguido por Italia en el caso del aceite de oliva y por Turquía en el caso de las aceitunas en conserva, tal como se observa en los gráficos siguientes.

¹http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/132-world-table-olive-figures?lang=es_ES (Visto: 06/09/2014)
<http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures> (Visto: 06/09/2014)

**Gráfico N° 1: Ranking mundial de países productores de aceite de oliva
2013/2014 (miles de toneladas)**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo Oleícola Internacional.
Consultada el 06/09/2014.

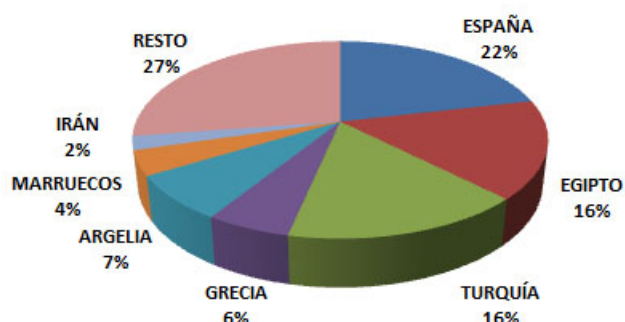
PRODUCCIÓN MUNDIAL DE ACEITUNAS DE MESA²

El comercio internacional de ambos productos se encuentra en constante expansión. España es el primer país productor mundial de aceite de oliva y de aceituna y es también el primer país exportador mundial. La producción media mundial de las últimas cinco campañas asciende a 2.531.600 toneladas, de las cuales 541.920 se produjeron en España, es decir, el 22% del total.

²http://www.aseimesa.es/content/datos_generales_del_sector (Visto: 22/05/2015)

Gráfico N° 2

**Producción mundial de aceitunas de mesa
Media campañas 2010-15**



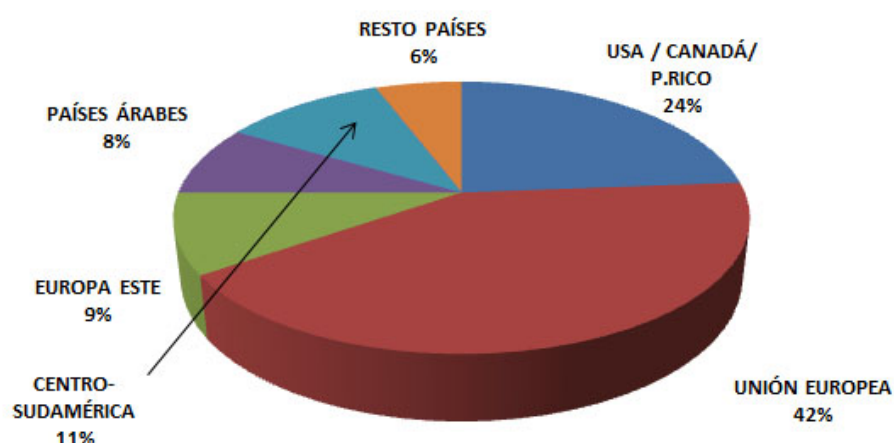
Fuente: Consejo Oleícola Internacional. Consultada el 22/05/2015.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE ACEITUNAS DE MESA³

Por zonas geográficas, los mayores importadores de aceitunas de mesa españolas son los países de la Unión Europea con el 42% (entre ellos, Italia y Francia), le siguen en la cabeza del ranking de países importadores con el 24% USA, Canadá y Puerto Rico.

Gráfico N° 3

**Exportaciones españolas de aceitunas de mesa 2014
por zonas geográficas**



Fuente: Consejo Oleícola Internacional. Consultada el 22/05/2015.

³http://www.aseimesa.es/content/datos_generales_del_sector (Visto: 22/05/2015)

Actualmente, los principales países productores de aceite de oliva están ubicados en la Cuenca del Mediterráneo. España, Italia y Grecia se han ganado su espacio como los más importantes a escala mundial. Sin embargo, Turquía y Túnez también poseen importantes superficies cultivadas, aunque la producción de aceite no es tan importante como en las naciones vecinas.

El olivo y su cultura, desbordaron las zonas mediterráneas y se difundieron sobre todos los continentes de la Tierra, exceptuando claro está, la Antártida. Existen olivares en Sudáfrica, China, Vietnam, Oceanía, Norte, Centro y Sur América y la producción completa mundial está en constante crecimiento.

Los europeos son formadores de precios, por el volumen de sus producciones. Se estima que España dispone de alrededor de 1.200.000 toneladas de aceite; Italia otras 500.000 y Grecia es un productor importante.

Las 15.000 toneladas aproximadamente de aceite de oliva de Argentina (1% mundial) son insignificantes, por lo que nuestros industriales y exportadores son seguidores y no formadores de precios. Argentina se ubica como séptimo productor mundial de aceitunas en conserva, y undécimo de aceites de oliva; ocupando el segundo lugar en América.

CAPÍTULO 2: OLIVICULTURA EN ARGENTINA

PRESENTACIÓN

El olivo es propio del clima templado-frío, característico de la Cuenca del Mediterráneo, zona que se encuentra delimitada por las latitudes 30° y 45°, tanto en el hemisferio norte y sur.

Fuera de esa zona, el olivo puede vegetar bien, pero la fructificación se estropea por el exceso o falta de temperatura en la estación fría.

Argentina se encuentra situada geográficamente en esa franja del hemisferio sur que le permite contar con las condiciones climáticas y de suelo propicias para este tipo de cultivo.

La olivicultura representa una actividad de gran expansión en la Argentina, que ha generado nuevos puestos de trabajo en este último tiempo, y en la cual se ha apostado fuertemente a la inversión en tecnología. Esta actividad adquirió gran importancia para el desarrollo económico nacional y posicionó a nuestro país como el undécimo productor de aceite de oliva y el séptimo productor de aceitunas en conserva.

En América, el principal productor olivarero es Argentina. Según las cifras para la campaña 2013/14 del Consejo Oleícola Internacional, Argentina representa el 9% de la producción mundial de aceitunas de mesa, mientras que el porcentaje del aceite de oliva ascendió a 1%.

Por la diversidad genética, plasticidad de la especie y por las diferentes condiciones agroclimáticas, Argentina posee todo el potencial para convertirse en un importante productor de aceite de oliva y aceitunas de mesa.

REGIONES PRODUCTORAS⁴

✓ **Región Centro-Oeste (Cuyo):**

1. Mendoza
2. San Juan

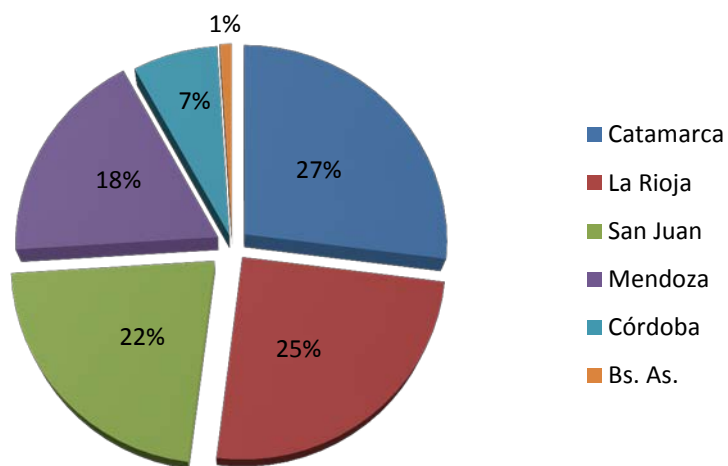
✓ **Región del Noroeste:**

1. La Rioja
2. Catamarca

✓ **Región Centro**

1. Córdoba
2. Buenos Aires

Gráfico N° 4: Superficie con Olivo año 2013



Fuente: http://www.ieral.org/images_db/noticias_archivos/2757-Cadena%20oliv%C3%ADcola.pdf. Consultada el 10/05/2015.

⁴http://www.ieral.org/images_db/noticias_archivos/2757-Cadena%20oliv%C3%ADcola.pdf. (Visto: 10/05/2015)

🚩 Mendoza⁵: El olivo es uno de los cultivos más destacados de la provincia. Su importante eslabón industrial elabora conservas y aceites de oliva de reconocida calidad. Las principales zonas de producción se encuentran en los departamentos de Maipú, Rivadavia, Junín, San Rafael, San Martín, Lavalle y Guaymallén.

Las zonas de producción se caracterizan por tener un clima semiárido con escasas precipitaciones, debiendo complementar las necesidades hídricas de los cultivos con diversos sistemas de riego artificial como en las demás provincias del oeste argentino.

El 59% de las aceitunas producidas se destinan a conservas, con predominio de las variedades Arauco y Manzanilla. El 41% restante se destina a la fabricación de aceites de oliva, principalmente Arbequina, Farga, Empeltre y Frantoio.

Del total de la superficie implantada con olivo, 20.646 has., un 61 % se encuentra en estado productivo. La producción total de aceitunas, estimada para 2012 fue de 36.003 toneladas, de las cuales 29.732 toneladas fueron destinadas a conserva y 6.271 toneladas para aceite.

🚩 San Juan⁶: El clima, agua y suelo son los pilares en que se fundamenta la olivicultura. El clima con sus más de 300 días de sol por año, fija los aromas y sabores, marcando cualidades en los aceites que los hacen especiales.

San Juan posee un clima seco y la humedad es relativamente baja, del orden del 30 % al 50 %. Las precipitaciones, de origen estival, rondan los 90 mm como promedio anual. Las temperaturas pueden llegar a ser extremas, alcanzando los 5° a 6° bajo cero en invierno y los 40° respectivamente en verano. El resto del año, el clima es estable, especialmente en otoño y primavera.

⁵<http://www.idr.org.ar/wp-content/uploads/2012/03/Olivo-informe-final-2012.pdf>. (Visto: 18/08/2014)

⁶http://www.argoliva.com.ar/olivicultura_sanjuan.php (Visto: 18/08/2014)

Todas estas características hacen que se obtengan un aceite de oliva de cualidades particulares. Su sabor frutado coincide con el gusto de los exigentes consumidores que apuestan cada vez más a un perfil naturista.

El 60% de las plantaciones corresponden a cultivos menores a los 10 años de edad relacionados con los nuevos emprendimientos diferidos, y el resto corresponde a olivares tradicionales de más de 25 años de antigüedad.

Posee un 60% de variedades aceiteras como Arbequina, Picual, Frantoio y Empeltre, 22% de aceitunas de mesa de la variedad Changlot Real y 19% de variedades de doble propósito como Arauco y Manzanilla.

🚧 La Rioja: La olivicultura se desarrolla principalmente en el departamento de Arauco, lugar de origen del varietal homónimo de mayor difusión en el país. La superficie implantada creció considerablemente en los últimos diez años como consecuencia de la aplicación del régimen de la Ley Nacional 22.021 de Diferimientos Impositivos. El 50% de la producción es originaria del departamento de Arauco, y el resto de la producción se concentra en los alrededores de la capital provincial y en los valles de Chilecito y Famatina.

El 72% de la cosecha se destina a la producción de aceitunas para conserva y el 28% restante se utiliza en la elaboración de aceites de oliva. La principal variedad en toda la provincia es la Arauco, con 70% de la superficie plantada. El 30% restante comprende variedades aceiteras como Arbequina, Manzanilla, Frantoio, Empeltre, Picual, Barnea y Farga.

🚧 Catamarca: La producción olivícola en esta provincia es muy reciente; la edad de las plantaciones promedia los 10 años y el modelo de producción primera e industrial con la más moderna tecnología es fruto del régimen de la Ley Nacional 22.021 de diferimientos impositivos. La provincia es la principal productora de aceite de oliva del país.

La producción se localiza en las regiones del Valle Central (Capayán y Valle Viejo), el Bolsón de Pipanaco (Pomán) y las zonas de altura (Tinogasta). Alrededor del 80% de las variedades cultivadas son aceiteras, entre las que se

destacan Arbequina, Frantoio, Barnea y Coratina. El 20% restante corresponde a las de doble propósito, como Manzanilla y Empeltre.

🌈 Córdoba⁷: La superficie cultivada alcanza las 6.000 hectáreas. En general, se trata de plantaciones de más de 25 años que mayormente producen conservas en salmuera y aceites de oliva orgánicos, ya que el 60% de esta cadena de valor en la provincia se encuentra bajo certificación orgánica.

Las principales variedades implantadas se reparten entre el 70% destinado a la producción de aceite de oliva (Arbequina y Frantoio) y el 30% destinado a la producción de conservas (Manzanilla, Arauco, Nevadillo, Farga, Empeltre y Ascolano).

El olivo ha dado pie a una gran industria aceitera, principalmente en la ciudad de Cruz del Eje.

🌈 Buenos Aires: la zona olivícola se encuentra en el sudeste de la provincia, donde la superficie implantada supera las 3.000 hectáreas, con olivos de más de 40 años en el partido de Coronel Dorrego donde se elabora aceite de oliva orgánico certificado. El 80% de dicho aceite se destina a exportación y el resto se comercializa en el mercado interno.

La variedad Arbequina es la más abundante, y también hay presencia de Frantoio y Nevadillo.

Con alrededor de 105.000 hectáreas cultivadas de olivos, de las cuales el 70% está implantado bajo riego, Catamarca, La Rioja y San Juan lideran la producción argentina, seguidas por Mendoza, Córdoba, Buenos Aires, Río Negro y San Luis.

El Consejo Oleícola Internacional indica que, en la Argentina, el 65% de la producción de aceitunas se dispone para la elaboración de aceite y el 35% para aceituna de mesa.

⁷<http://www.sinavimo.gov.ar/cultivo/olivo> (Visto: 17/02/2015)

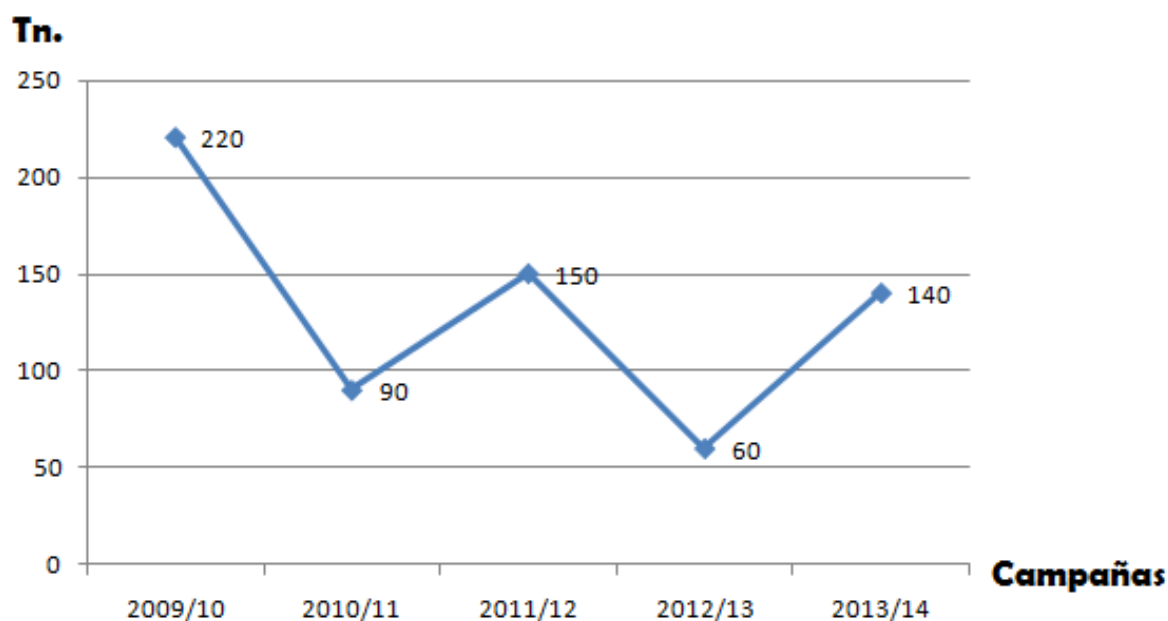
http://web.archive.org/web/20110928072951/http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/revistas/r_29/cadenas/aceite_oliva.htm (Visto: 17/02/2015)

<http://www.mondoliva.com/blog/regiones-olivícolas-argentinas.html> (Visto: 17/02/2015)

En los últimos doce años, la elaboración de aceite de oliva se incrementó un 239% y la producción de aceitunas de mesa un 89,7%. En la campaña 2011, el sector alcanzó un volumen cercano a las 20.000 toneladas de aceite de oliva y 110.000 toneladas de aceitunas de mesa, según datos de la Dirección de Competitividad e Inclusión de Pequeños Productores del Ministerio de Agricultura de la Nación.⁸

PRODUCCIÓN DE ACEITUNAS DE MESA

**Gráfico N° 5: Producción de Aceitunas de Mesa en Argentina
(en miles de Tn.)**

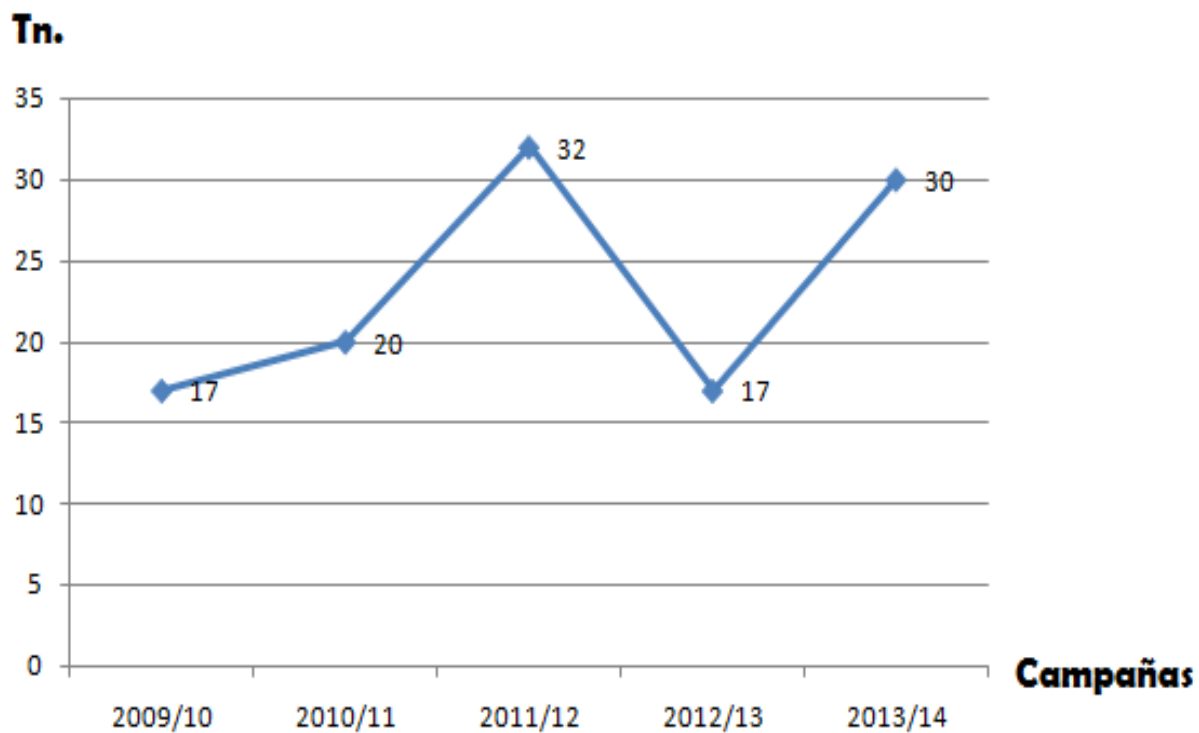


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo Oleícola Internacional (Estadísticas). Consultada el 14/05/2015.

⁸<http://www.prensa.argentina.ar/2012/02/16/28230-olivo-el-cultivo-con-mayor-crecimiento-en-argentina.php>
(Visto: 22/08/2014)

PRODUCCIÓN DE ACEITE DE OLIVO

Gráfico N° 6: Producción de Aceite de oliva en Argentina
(en miles de Tn.)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consejo Oleícola Internacional.
Consultada el 23/05/2015.

CAPÍTULO 3: OLIVICULTURA EN MENDOZA

PRESENTACIÓN

La provincia de Mendoza ha sido históricamente una de las principales productoras de aceitunas de Argentina, tanto destinadas a la elaboración de conservas, como a la elaboración de aceite. Las plantaciones tradicionales combinaban este cultivo con otras especies, principalmente con la vid. Nuestra provincia no es ajena a las tendencias mundiales en materia de producción y actualmente, además de este tipo de cultivo tradicional, conviven los sistemas más especializados en donde el olivo es el único o principal producto de la explotación. Las características agroecológicas, los avances en materia comercial y las nuevas tecnologías de cultivo han permitido posicionar a la Provincia en los principales mercados del mundo. El olivo es uno de los cultivos más importantes en la Provincia, que ha crecido junto a la actividad vitivinícola, con más del 95% de sus plantaciones con edades mayores a 35 años.

La zona de producción se encuentra en los departamentos de Maipú, que posee el 79% de la superficie olivícola provincial, y siguiendo en importancia: Rivadavia, Junín, San Rafael, San Martín, Guaymallén, Luján, con una superficie implantada de 17.500 has., siendo hasta hace unos años la principal provincia olivícola del país, con un importante eslabón industrial para elaboración de conservas y aceites de oliva de reconocida calidad.

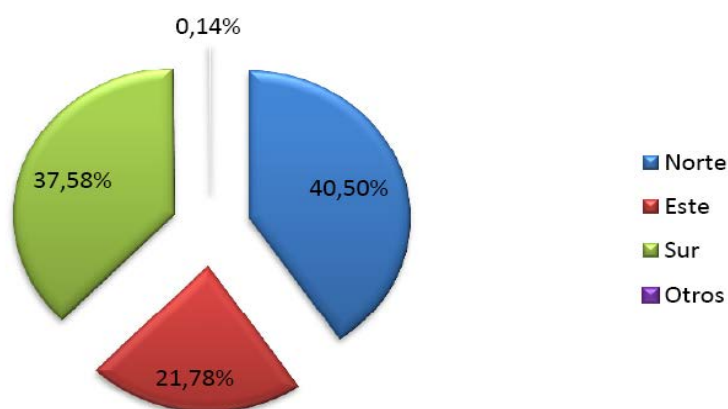
El 59% de la aceituna producida se destina a conservas con variedades Arauco, Sevillana, Manzanilla, Aloreña y Ascolano, el 21% para aceites principalmente variedad Arbequina y 20% doble propósito, con variedades Farga, Empeltre y Frantoio.

Del total de tierras implantadas en la Provincia, el olivo ocupa el 7% de la superficie cultivada.⁹

⁹<http://cfired.org.ar> (Visto: 27/08/2014)

PARTICIPACIÓN POR REGIÓN PRODUCTORA¹⁰

Gráfico N° 7: Participación por región productora



Fuente: Censo Frutícola Provincial 2010. Consultada el 04/09/2014.

En el año 2010, la superficie total implantada en Mendoza con frutales fue de 75.568,2 has., sin tener en cuenta el cultivo de la vid, la cual contaba para el año 2009 con 160.704 has. (Informe de Registro de Viñedos y Superficie, Instituto Nacional de Vitivinicultura, 2009).

El olivo es la especie de mayor participación en el total de la superficie cultivada, abarcando 20.646 has. El Norte representa el 1° lugar, siendo junto con el Sur, las principales regiones productoras, ya que aportan el 80% del total.

Dentro de la provincia, la mayor superficie destinada al cultivo del olivo la posee San Rafael, con 7.678 has., le siguen Maipú con 4.117 has., Lavalle, con 2.579 has. y Rivadavia, con 2.385 has., aportando el 19,9%, 12% y 11%, respectivamente según datos recogidos en el Censo Frutícola Provincial, 2010.

Ahora bien, en cuanto a superficie implantada con destino a la elaboración de aceitunas en conserva, se tiene, de acuerdo al CNA 2002, que se cultivaban 5.369,9 has., ocupando el primer lugar Maipú, con 2.995,9 has., luego Rivadavia, con 484,1 has., Guaymallén con 471,6 has. y Junín, con 365,5 has., representando el 56%, 9%, 8,7% y 6,8%, respectivamente. De estos números se

¹⁰http://www.idr.org.ar/wp-content/uploads/2012/02/publicacion_censo2.pdf (Visto: 29/09/2014)

deduce que la principal región productora de aceitunas para conserva es la Región Norte.

De acuerdo a datos suministrados por el IDR (Instituto de Desarrollo Rural, 2012), del total de la superficie cultivada en la provincia, el 61% se encuentra en estado productivo. Las variedades cultivadas más representativas son la Arauco y la Arbequina, representando en la provincia el 28,2% y el 23,2%, respectivamente. Las variedades mencionadas se concentran en el Departamento de Maipú, la primera, y San Rafael, la segunda.

CARACTERÍSTICAS DE LA OLIVICULTURA EN MENDOZA¹¹

En Mendoza, el agua es el principal condicionante para el desarrollo de sus actividades. Esta situación ha determinado históricamente sus asentamientos, su paisaje y sus actividades productivas. Actualmente, el 97% de la población está ubicada en el 3% de la superficie que comprenden los oasis.

En lo que respecta a la actividad agropecuaria, del total de las tierras implantadas en la provincia, la vid ocupa, en promedio, el 65%. Le siguen en importancia los frutales y las hortalizas, con un promedio del 17% y 12%. El olivo ocupa el 7% de la superficie cultivada, con 20.646 ha, y el 74% del total de los establecimientos aceituneros se localizan en el Gran Mendoza.

La provincia presenta condiciones agroecológicas con baja prevalencia de plagas y enfermedades lo cual favorece la producción con sanidad a bajos costos. Esto permite alcanzar mercados altamente exigentes en calidad e incrementar la competitividad de los productos mendocinos en el mundo.

Uno de los principales factores que influye sobre la producción generando niveles fluctuantes de la misma son las heladas. Los diversos programas públicos de asistencia a productores y las condiciones climáticas de la provincia la convierten

¹¹http://www.idr.org.ar/wp-content/uploads/2012/02/publicacion_censo2.pdf (Visto: 29/09/2014)

en una zona de características deseables para la producción de aceitunas y la elaboración de aceites, en sus distintas formas.

Una de las características de la olivicultura de Mendoza es el grado de atomización de los productores, de los cuales casi un 80% tiene menos de 5 has (sólo en Maipú hay más de 300 productores de menos de 2 has) y sólo un 2% tiene superficies superiores a las 50 has.

SECTOR INDUSTRIAL¹²

En la Provincia se encuentran registradas alrededor de 138 empresas olivícolas que están distribuidas principalmente en el Gran Mendoza con un 62% y en los departamentos de San Martín, Rivadavia y Junín que concentran el 21%. El resto se encuentran distribuidas en los departamentos del norte y sur de nuestra provincia. Dentro de las empresas aceiteras, 10 tienen una capacidad por encima de las 300 toneladas y algunas de ellas, actualmente, no están produciendo.

Del total de fábricas dedicadas a la elaboración de productos derivados de las aceitunas; 25 de ellas elaboran sólo aceite de oliva, 94 producen exclusivamente aceitunas en conserva y 19 industrias elaboran ambos productos.

Dentro de los productos que se industrializan en la provincia se pueden encontrar aceitunas en conservas, aceite de oliva y pasta de aceitunas. Dentro de los aceites existe una diversidad mayor que se produce dentro de la provincia como son el aceite de oliva virgen, refinado y puro.

COMERCIO EXTERIOR¹³

Los principales socios comerciales de Mendoza con respecto a la exportación de aceitunas en conserva son: Brasil, Estados Unidos, España, Chile y Uruguay. Para el aceite de oliva los principales destinos son: Estados Unidos, Brasil, España, Italia y Chile.

¹²http://www.fundarweb.org.ar/fundacion/attachments/069_Producci%C3%B3n%20Oliv%C3%ADcola%20FINAL.pdf (Visto: 20/09/2014)

¹³http://www.fundarweb.org.ar/fundacion/attachments/069_Producci%C3%B3n%20Oliv%C3%ADcola%20FINAL.pdf (Visto: 20/09/2014)

Estados Unidos se transforma en un mercado importante a la hora de analizar las posibilidades de exportación argentinas hacia ese país, ya que nuestra comercialización hacia el mismo en aceites de oliva representa solo el 1% de lo que importa dicho país bajo este concepto, para el caso de las aceitunas en conserva la situación es similar llegando nuestras exportaciones a representar solamente el 6% de lo importado.

Lo cual demuestra que existen grandes mercados en los cuales ya se han insertado nuestros productos. Las condiciones de calidad que presentan los mismos permiten que nuestra participación continúe incrementándose y accediendo a nuevos mercados aún no explorados.

El aceite de oliva se considera como la opción más sana entre los aceites comestibles, por esto, no solamente aumentó su demanda sino que el sector productivo reaccionó de forma automática incrementando las hectáreas implantadas. Esta situación, tiene como consecuencia un incremento en la producción obtenida durante los últimos años e, indudablemente, se observará este efecto durante los próximos.

Su consumo se encuentra en expansión y conquistó nuevos y ricos mercados, entre ellos: Estados Unidos, Japón, países del sudeste Asiático y los del norte de la Unión Europea, que presentan mercados en expansión.

CAPÍTULO 4: IMPUESTOS QUE GRAVAN AL SECTOR¹⁴

El sector agropecuario argentino tiene un papel relevante en la formación de fondos para el mercado de capitales por un lado, y en la generación de divisas para el pago de las cuentas externas, por el otro. Su importancia es tan grande que los incentivos a la actividad agropecuaria afectan al desenvolvimiento de otros sectores, y los incentivos a estos últimos afectan, a su vez, al desempeño económico del sector agropecuario. Una de las formas que pueden tomar estos incentivos es la de impuestos, que pueden estimular o desestimular el desarrollo de un sector.

El sistema tributario argentino está estructurado, principalmente, sobre los impuestos a la renta, el patrimonio y los consumos.

Tradicionalmente la agricultura ha pagado un monto considerable de impuestos en la Argentina. Para el periodo 2003-2011 la presión tributaria sobre el sector era de entre el 26% y 33%, similar a la de la economía nacional. La mayor parte de la tributación deriva de impuestos nacionales, y no provinciales. Con la crisis de 2001 la presión impositiva creció mucho, principalmente como resultado de la introducción en 2002 de los impuestos a las exportaciones o retenciones. La incidencia de los impuestos nacionales en la agricultura es algo diferente a la de otros sectores: la agricultura paga proporcionalmente más en impuestos a la exportación y a las ganancias y proporcionalmente menos en IVA y contribuciones a la seguridad social. Varios elementos en la estructura impositiva son potencialmente distorsivos, en particular los impuestos a las exportaciones.

SISTEMA TRIBUTARIO NACIONAL

Según lo establece la Constitución Nacional, existen tres niveles de gobierno: nacional, provincial y municipal. La atribución de competencias entre ellos, surge de una regla de distribución genérica contenida en la Constitución Nacional, por la cual, las Provincias conservan todo el poder no delegado a la Nación.

¹⁴ www.ruralarg.org.ar (Visto: 13/12/2014)

La Nación puede:

- Establecer impuestos indirectos internos (IVA, Impuestos Internos, etc.) y externos o aduaneros (derechos al comercio exterior)
- Imponer contribuciones directas, a título de excepción por tiempo determinado, que originariamente son de competencia provincial (Ej.: Impuesto a las Ganancias, Impuesto sobre los Bienes Personales, etc.)

En la actualidad, además de los impuestos establecidos por la nación, las provincias y los municipios se recaudan, entre otros, los siguientes gravámenes, incumpliendo los compromisos asumidos:

- Impuesto sobre los Ingresos Brutos de cada provincia.
- Impuesto de sellos de cada provincia.
- Tasas municipales establecidas por cada uno de los municipios de las provincias.

Los tributos pueden clasificarse de acuerdo a lo que gravan o al sujeto activo que los percibe. En este caso se analizarán según el sujeto activo que los percibe.

IMPUESTO A LAS GANANCIAS¹⁵

Es un gravamen que se aplica sobre los beneficios obtenidos durante el año y una vez finalizado éste. La tasa de este impuesto varía en función de la forma jurídica adoptada para llevar a cabo el negocio. De esta forma, a las sociedades en general se les aplica actualmente una tasa del 35% de impuesto sobre sus beneficios “impositivos”, con prescindencia del origen de su capital (local ó extranjero). Los dividendos ó utilidades distribuidas a sus dueños o accionistas, se encuentran fuera de la imposición.

Siendo un impuesto de liquidación anual, se han establecido normas que le permiten al estado la recaudación anticipada de este gravamen, a través de retenciones, percepciones y anticipos.

¹⁵Ley de Impuesto a las ganancias (Visto: 01/09/2014)

SUJETOS DEL IMPUESTO

La ley no define ni enuncia quienes son los sujetos del impuesto, sólo hace una mención de ellos al precisar el ámbito del impuesto en el art. 1 de la ley de impuesto a las ganancias, al disponer que todas las ganancias obtenidas por personas de existencia visible o ideal quedan sujetas al mismo.

Asimismo, agrega que los sujetos residentes en el país, tributan sobre la totalidad de las ganancias obtenidas en el país o en el exterior.

Por otra parte, los no residentes tributan exclusivamente sobre las ganancias de fuente argentina, a través de una retención con carácter de pago único y definitivo.

NATURALEZA CIVIL DE LAS VENTAS REALIZADAS POR LOS PRODUCTORES¹⁶

El artículo 452 del Código de Comercio establece que no se consideran mercantiles las ventas que hacen los labradores y hacendados de los frutos de sus cosechas y ganados. La ley considera comerciante a aquel que se dedica a la intermediación. Por lo tanto, el productor agrario no se considera comerciante ya que vende lo producido por él mismo. Se considerará de carácter mercantil cuando exista una organización en forma de empresa comercial o una sociedad regida por la ley de sociedades que realice estas actividades.

Si los productores agropecuarios enajenan sus productos a personas que no tienen ánimo de revenderlos, se estaría en presencia de una actividad civil, que si es llevada a cabo por una sociedad de hecho, no tiene diferencia de tratamiento en el impuesto a las ganancias. Constituyen ganancias de la tercera categoría todas las que deriven de cualquier otra clase de sociedades constituidas en el país o de empresas unipersonales ubicadas en el mismo, incluyendo las

¹⁶La Actividad Agropecuaria. Osvaldo Balán (Visto: 01/09/2014)

sociedades comerciales y las civiles. Cada uno de los socios tributará por las ganancias impositivas que le correspondan.

En tanto los sujetos empresas son siempre comerciales, cualquiera sea la forma de llevar a cabo la actividad agropecuaria, tributando en cabeza propia a la alícuota proporcional.

EL OBJETO DEL GRAVAMEN

La actividad agropecuaria ha sido definida como la realizada en un predio cualquiera fuere su extensión y ubicación destinado total o parcialmente a la producción agropecuaria con el propósito de comerciar o industrializar los frutos, productos o subproductos y sus derivados en algunas de las siguientes ramas: cereales, oleaginosas, cultivos industriales, forrajes, árboles cultivados, viveros, horticultura, fruticultura y floricultura, cría o engorde de ganado, explotación de tambo, granja y lechería, avicultura, apicultura, cunicultura y animales pelíferos y no pelíferos.

Esta actividad agropecuaria cualquiera sea su origen, cuando es encarada en forma de explotación, está alcanzada por el impuesto a las ganancias, dentro de la tercera categoría.

Están gravadas no sólo las rentas provenientes de la enajenación de los productos o subproductos y sus derivados, sino que también quedan dentro del objeto del impuesto los resultados obtenidos por la venta de bienes muebles, maquinarias, instalaciones, rodados y de los campos que la empresa tenga afectados ya sea como bienes de uso o inversión.

Se considera renta:

Para personas de existencia visible y sucesiones indivisas residentes:

Rendimientos, enriquecimientos y rentas susceptibles de una periodicidad que implique la permanencia de la fuente y su habilitación originados por la enajenación de bienes muebles amortizables, acciones, títulos, bonos y demás títulos valores.

Para sociedades contribuyentes del tributo y empresas y explotaciones no consideradas contribuyentes: Rendimientos, enriquecimientos y rentas susceptibles o no de periodicidad o de permanencia de la fuente.

IMPUESTO A LA GANANCIA MINIMA PRESUNTA

Este impuesto considera como hecho imponible a la ganancia presunta y como base imponible a los activos, valuados de acuerdo con las disposiciones de esta ley, rigiendo por el término de diez ejercicios anuales. Es un gravamen autónomo, por lo tanto la generación de ganancias o quebrantos resulta irrelevante, en la medida en que el contribuyente posea bienes que puedan llegar a producir una ganancia.

Para la actividad agropecuaria este gravamen ha sido particularmente funesto en las épocas de escasa o nula rentabilidad.

SUJETOS DEL IMPUESTO

Se consideran sujetos de este impuesto, las sociedades domiciliadas en el país, cualquiera sea su forma jurídica, que no tributan en cabeza propia en el impuesto a las ganancias, pero que sí revisten el carácter de sujetos en el impuesto a la ganancia mínima presunta.

Cuando las empresas agropecuarias se reorganicen y se produzca, en un mismo año fiscal, el cierre del ejercicio de la o de las entidades que se reorganizan y el de su o sus continuadoras, todos los sujetos deberán tributar el gravamen correspondiente sobre los activos resultantes al cierre de sus respectivos períodos fiscales. Las entidades continuadoras podrán computar como crédito de impuesto el monto del gravamen determinado por la o las entidades que se reorganizan en la parte o proporción correspondiente al activo imponible transferido a cada una de ellas, no pudiendo generar, en ningún caso, saldos a favor de la o las entidades continuadoras.

EXENCIONES

Según el artículo 3 de la LIG quedan exentos de este impuesto los bienes del activo gravado en el país cuyo valor en conjunto, sea igual o inferior a \$ 200.000. Siguiendo con la idea de no beneficiar a los activos improductivos, la norma dispone que no gozarán del mínimo exento los bienes no afectados en forma exclusiva a la actividad, es decir que no sean ni bienes de cambio, ni bienes de uso, ni inversiones.

IMPUESTO SOBRE LOS BIENES PERSONALES

Este impuesto fue creado con carácter de emergencia por el término de nueve períodos fiscales, recayendo sobre los bienes existentes al 31 de diciembre de cada año, situados en el país y en el exterior.

Los sujetos pasivos son las personas físicas domiciliadas y las sucesiones indivisas radicadas tanto en el país como en el exterior. Las primeras tributan por los bienes que posean situados en Argentina y en el exterior, y las segundas, solamente por los bienes situados en el país.

EXENCIONES

Con respecto a la actividad agropecuaria, podemos encontrar la exención en el artículo 21 inciso f, en donde dice que quedan excluidos del gravamen los inmuebles rurales, de personas físicas o sucesiones indivisas, que estén gravados por la Ley de Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta. Todo esto, con el objeto de evitar la doble imposición.

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

El impuesto al valor agregado rige en la Argentina a partir del 1º de enero de 1975. En sus inicios el gravamen sólo alcanzó a la venta de cosas muebles, pero existían muchas exenciones, entre ellas, los productos agropecuarios.

Un tiempo después, la ley 22294 permitió al productor agropecuario computar un crédito fiscal presunto equivalente al 4% del monto de las compras realizadas, con la finalidad de recuperar el IVA que el productor soportaba en la adquisición de sus insumos.

Esta situación fue modificada por la ley 22817, que admitió que los productores agropecuarios imputaran directamente el crédito fiscal del IVA por sus compras contra el pago de los impuestos a las ganancias y sobre los capitales.

Finalmente, con posterioridad a los años 90, pasaron a ser sujetos del gravamen, creándose diversos regímenes retentivos para el sector.

Los principales cambios en los últimos años fueron:

- La reducción de la tasa del gravamen para las ventas de determinados productos agropecuarios y ciertos servicios vinculados con la obtención de los mismos.
- La opción de pago anual, para aquellos contribuyentes que realicen exclusivamente actividades agropecuarias.

El tratamiento del IVA de los productos agropecuarios es un tema muy importante para la economía dada la naturaleza de sus productos. En caso de tributar, deberían cumplir con todas las obligaciones en el IVA. Si estuvieran exentos, igualmente tendrían que pagar el IVA por los insumos comprados, para los cuales, la deducción del impuesto no podría practicarse. El problema surge al estar el productor agropecuario situado al comienzo del proceso productivo, ya que el elemento tributario sería trasladado en cascada a través de todo el proceso.

Balán sostiene que es aconsejable realizar una reforma en la legislación de nuestro país que tienda a minimizar el peso del gravamen y las obligaciones de cumplimiento que hoy afectan a los productores agropecuarios, como así también, evitar que la traslación acumulativa del IVA contenido en los insumos utilizados, incida en la competitividad internacional de los productos agropecuarios.

REDUCCIÓN DE LA ALÍCUOTA PARA LA ACTIVIDAD AGROPECUARIA¹⁷

Con respecto a este tema, podemos decir que sólo determinados bienes de la producción agropecuaria y algunos servicios y locaciones destinadas a la obtención de los mismos están gravadas a tasa reducida, mientras que otros están a tasa general.

Según el artículo 28 de la Ley de IVA, la tasa general de este impuesto es el 21%. La misma se incrementará al 27% para las ventas de gas, energía eléctrica y aguas reguladas por medidor y demás prestaciones comprendidas en los puntos 4, 5 y 6, del inciso e) del artículo 3º, cuando la venta o prestación se efectúe fuera de domicilios destinados exclusivamente a vivienda o casa de recreo o veraneo o en su caso, terrenos baldíos y el comprador o usuario sea un sujeto categorizado en este impuesto como responsable inscripto o se trate de sujetos que optaron por el Régimen Simplificado para pequeños contribuyentes.

Así mismo, el Poder Ejecutivo está facultado para reducir hasta en un 25% las alícuotas establecidas en los párrafos anteriores.

Ahora bien, estarán alcanzadas por una alícuota del 10,5% las siguientes actividades relacionadas a la actividad agropecuaria:

a) Las ventas, las locaciones del inciso d) del artículo 3º y las importaciones definitivas de los siguientes bienes:

1-Animales vivos de las especies de ganados bovinos, ovinos, camélidos y caprinos, incluidos los convenios de capitalización de hacienda cuando corresponda liquidar el gravamen.

2-Carnes y despojos comestibles de los animales mencionados en el punto anterior, frescos, refrigerados o congelados que no hayan sido sometidos a procesos que impliquen una verdadera cocción o elaboración que los constituya en un preparado del producto.

¹⁷Ley de IVA (Visto: 03/09/2014)

3-Frutas, legumbres y hortalizas, frescas, refrigeradas o congeladas, que no hayan sido sometidas a procesos que impliquen una verdadera cocción o elaboración que los constituya en un preparado del producto.

4-Miel de abejas a granel.

5-Granos (cereales y oleaginosos, excluido arroz) y legumbres secas (porotos, arvejas y lentejas).

6-Harina de trigo.

7-Pan, galletas, facturas de panadería y/o pastelería y galletitas y bizcochos, elaborados exclusivamente con harina de trigo, sin envasar previamente para su comercialización.

b) Las siguientes obras, locaciones y prestaciones de servicios vinculadas con la obtención de bienes comprendidos en los puntos 1, 3 y 5 del inciso a):

1. Labores culturales (preparación, roturación, etcétera, del suelo).

2. Siembra y/o plantación.

3. Aplicaciones de agroquímicos.

4. Fertilizantes su aplicación.

5. Cosecha.

c) Las ventas, las locaciones del inciso c) del artículo 3º y las importaciones definitivas que tengan por objeto los fertilizantes químicos para uso agrícola.

IMPUESTO A LAS EXPORTACIONES O RETENCIONES

Es un impuesto al comercio, mediante el cual se grava la venta de productos al exterior. En nuestro país, el principal objetivo de este impuesto es extrafiscal, es decir, que en muchos casos es utilizado para mantener deprimidos los precios internos y de ese modo reducir la inflación.

El IVA tiene la misma incidencia en la empresa agraria en cuanto a los resultados como unidad productiva como las retenciones a la exportación. Las retenciones a la exportación reducen el precio que percibe el productor y por ende, impactan en la economía regional al disminuir el ingreso del sector.

Algunas de las razones por las cuales el Gobierno aplica retenciones son:

- Permiten aumentar la recaudación fácil y rápidamente.
- El Gobierno percibe que este ordenamiento satisface a varios sectores por el margen de maniobra que les otorga. Las retenciones, para los políticos tienen un rol central en el financiamiento público.
- Para los gobernantes, las retenciones gozan de apoyo popular porque subsidian a los consumidores, contribuyendo a mantener controlado el crecimiento de los precios y en cierta medida paliando la insuficiencia de alimentos por parte de sectores carenciados. El agro luego de la crisis, empieza a ser visualizado como un generador de recursos fiscales para el Estado. Las retenciones hoy financian los subsidios para jefes y jefas de hogar.
- Disponer de un mecanismo con tales características permite postergar la decisión de reducir los gastos públicos.

A pesar de todos los efectos negativos mencionados con anterioridad, frente a la necesidad de incrementar los ingresos fiscales desde el 5 de marzo de 2002 todas las exportaciones están gravadas con derechos de exportación. Desde el 9 de abril de ese mismo año los derechos vigentes son los siguientes:

- Los productos primarios y los aceites y subproductos derivados de la soja y el girasol están gravados con un derecho del 20%.
- Los demás productos, excepto el petróleo crudo, tienen un derecho del 5%.
- El petróleo crudo está gravado con un derecho de 20% desde el 1 de marzo de 2002.
- Estos derechos son adicionales a los vigentes para las semillas oleaginosas (3,5%) y para algunos cueros (5%).

La base de cálculo de estos derechos excluye el valor CIF de las mercaderías importadas temporariamente contenidas en el producto exportado.

IMPUESTO A LOS COMBUSTIBLES

Este impuesto grava: naftas, nafta virgen, gasolina natural, solventes, aguarrás, gas oil, diesel oil, kerosene, gas natural comprimido para uso como combustible y gas licuado uso automotor, en una sola etapa de su circulación. El hecho imponible es la transferencia onerosa o gratuita efectuada por los sujetos pasivos. Ellos son: importadores, empresas refinadoras, empresas comercializadoras los titulares de las bocas de expendio de combustibles y los titulares de almacenamientos de combustibles para consumo privado. La base imponible está conformada por las ventas físicas de combustibles gravados.

Los productores agropecuarios y los sujetos que presten servicio de laboreo de la tierra, siembra y cosecha podrán computar como pago a cuenta en el Impuesto a las Ganancias el 100% del Impuesto sobre los Combustibles Líquidos contenidos en las compras de gas-oil que se utilicen para combustible en maquinaria agrícola de su propiedad.

Este cómputo sólo podrá realizarse contra el Impuesto a las Ganancias atribuible a la explotación y no podrá generar en ningún caso saldos a favor del productor.

Los sujetos responsables inscriptos en el IVA que sean productores agropecuarios, mineros o de pesca marítima o presten servicios de laboreo de la tierra, siembra y cosecha, podrán computar como pago a cuenta en ese impuesto el 100% del impuesto sobre los Combustibles contenido en las compras de gasoil efectuadas en el respectivo período fiscal. Esta posibilidad es alternativa a la de cómputo como pago a cuenta en el impuesto a las Ganancias y a la Ganancia Mínima Presunta del impuesto sobre los Combustibles contenidos en las compras de gasoil efectuadas en el respectivo periodo fiscal prevista para todos los sujetos mencionados precedentemente.

IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES FINANCIERAS (IMPUESTO AL CHEQUE)

Este impuesto se aplica sobre los créditos y débitos efectuados en cuentas – cualquiera sea su naturaleza- abiertas en las entidades regidas por la Ley de Entidades Financieras. El impuesto se determina sobre el importe de los débitos, créditos y operaciones gravadas, sin efectuar deducciones por comisiones, gastos, o conceptos similares. El pago se realizará exclusivamente mediante depósito bancario, y no admite compensación con otros tributos.

El gravamen presenta la siguiente estructura de alícuotas:

Alícuota general:

1. 6% para los créditos y 6% para los débitos.
2. 12% para los movimientos o entregas de fondos, propios o de terceros.
3. 2,5% ó 5% para los débitos o créditos y operaciones de movimientos o entrega de fondos.

Alícuotas reducidas:

1. 0,75% para las cuentas corrientes de los corredores y comisionistas de granos y consignatarios de ganado, debidamente registrados, únicamente por las operaciones inherentes a su actividad.
2. 0,50% para los débitos y créditos de ciertas operaciones financieras (constitución de plazo fijo en la misma entidad, compra de títulos públicos, etc.).
3. Se aplica una tasa reducida del 1% para los débitos y los créditos cuando se trate de las operaciones alcanzadas a la alícuota del 0,50% y cuyo plazo sea igual o superior a 16 días y no exceda de 35 días.

IMPUESTOS PROVINCIALES

IMPUESTO SOBRE LOS INGRESOS BRUTOS

Se trata de un gravamen objetivo, ya que no existe ningún tratamiento diferencial que tenga en cuenta al sujeto. Cualquiera sea quien ejerza la actividad habitual y a título oneroso, estará alcanzado por el impuesto. Se considera indirecto y es aplicado por las provincias. En general se aplica una alícuota proporcional.

HECHO IMPONIBLE

Se define como el ejercicio habitual y a título oneroso en la jurisdicción del comercio, industria, profesión, oficio, negocio, locaciones de bienes, obras o servicios, o de cualquier otra actividad a título oneroso, cualquiera sea el resultado obtenido y la naturaleza del sujeto que la preste, incluidas las cooperativas, y el lugar donde se realice se pagará un impuesto.

Dentro de las actividades en las que se presume la habitualidad encontramos la explotación agropecuaria, minera, forestal e ictícola.

EXENCIÓN

En el sector agrícola se consideran tres ramas: la agricultura, la ganadería y la pesca. Generalmente, la tributación provincial no difiere entre estas ramas, en cuanto a la aplicación de alícuotas y exenciones, salvo en algunos casos en la pesca, cuando este tipo de actividad es de importancia en la provincia.

Un punto importante a destacar es que este sector es uno de los que el Pacto Federal del año 1993, firmado por las provincias, preveía eximir del pago del Impuesto a los Ingresos Brutos. Según la normativa tributaria vigente en el año 2011, son 16 las jurisdicciones que eximen totalmente al Sector Agropecuario. Entre ellas encontramos a Catamarca, Chacho, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Fe y Santiago del Estero.

ALÍCUOTAS

En el Anexo I podremos ver la planilla de alícuotas del impuesto sobre los ingresos brutos, en este caso sólo detallo las que corresponde a la actividad agrícola.

IMPUESTO DE SELLOS

El impuesto de sellos grava todos los actos, contratos y operaciones de carácter oneroso, formalizados en el territorio de la Provincia, concentrados en instrumentos públicos o privados. En el Código Fiscal de la Provincia se detallan los actos, contratos y operaciones sujetos al pago de este impuesto, así como los que se encuentran exentos. Si bien las distintas provincias se han comprometido a la derogación, en muchas de ellas se encuentran vigentes.

La base imponible se determina en función del tipo de acto, contrato u operación realizada. Así, en los contratos de compraventa, salvo expresa disposición en contrario, el impuesto se liquida sobre el precio de venta o la valuación fiscal del objeto sujeto a tal transacción. En las operaciones monetarias, el impuesto se paga sobre la base de los numerales establecidos para la liquidación de intereses, en proporción al tiempo de la utilización de los fondos.

Las tasas oscilan entre 0,75% y 4%, y se aplican sobre todos aquellos documentos a través de los cuales se instrumenten acuerdos (contratos de alquiler, constitución de sociedades, ventas de cereales ó haciendas a través de mercados ó corredores etc.)¹⁸

¹⁸ www.atm.mendoza.gov.ar/portaldgr/portal/impuestos/impuestos_sellos_tasa_justicia.jsp (Visto: 24/05/2015)

IMPUESTO INMOBILIARIO

Todos los dueños de propiedades situadas en la provincia, deberán pagar anualmente este impuesto, en función de las alícuotas y mínimos establecidos por la ley impositiva de cada provincia.

El monto imponible está constituido por la valuación fiscal de cada inmueble multiplicada por los coeficientes anuales de actualización que fije el Poder Ejecutivo dentro de los índices que establezca una ley especial.

La exención de este impuesto se concede a los inmuebles que pertenecen a determinadas personas o según el destino que se otorgue a la unidad.

El impuesto establecido por la presente ley deberá ser pagado anualmente, en una o varias cuotas

IMPUESTO A LOS AUTOMOTORES

El impuesto automotor grava a los vehículos automotores radicados en la Provincia. Para evitar la doble imposición, las municipalidades no pueden establecer otro impuesto que afecte los vehículos automotores.

La base imponible esta constituida por la valuación de los vehículos según los valores de tasación de la Caja Nacional de Ahorro y Seguro vigentes al 1° de enero de cada año.

Los sujetos pasivos son los propietarios de los vehículos automotores o los responsables (deudores solidarios) definidos por la ley -representantes, consignatarios o agentes autorizados para la venta- si no se asegura que el adquirente o vendedor haga efectivo el impuesto.

La alícuota de este impuesto se determina según los diferentes años y modelos de fabricación, tipos, categorías y/o valuaciones, y está determinada por la Ley Impositiva.

CONCLUSIÓN

El sistema tributario argentino hace hincapié en los impuestos a las transacciones o consumo, específicamente con el IVA a escala nacional y a los ingresos brutos a escala provincial.

Por lo tanto, ante el papel preponderante del IVA se podría decir que el sistema tributario se ha convertido en regresivo. Un sistema tributario es regresivo cuando el porcentaje tributado es menor a medida que el ingreso aumenta. Por lo contrario, el sistema debería ser cada vez más progresivo, lo que significa que se tributa más cuanto mayor es el ingreso del contribuyente (principio de equidad)

Se podría decir que es necesario avanzar hacia un sistema menos distorsivo, a través de la atenuación de algunos impuestos a los consumos, más simple y más equitativo mediante la eliminación de exenciones y lucha contra la evasión.

Otro aspecto a destacar del actual sistema es su complejidad, debido a la existencia de numerosos tributos que lo afectan y la superposición de los mismos, ya que muchos de ellos tienen como objeto los mismos bienes.

Además hay que tener en cuenta que la presión tributaria que afecta al negocio agropecuario también se transfiere a otros sectores de la economía, tales como los elaboradores y comerciantes de semillas y agroquímicos, los fabricantes de maquinaria agrícola y, en general, los sectores económicos regionales que dependen de los resultados del agro. Esta es una de las razones por la que es importante estudiar la futura evolución de los impuestos y la incidencia de los mismos sobre los resultados de las explotaciones.

LEY 22021: PROMOCION PARA LAS PROVINCIAS DE SAN LUIS, LA RIOJA Y CATAMARCA

La presente ley trata sobre regímenes de promoción industrial, agropecuaria, beneficios tributarios, exenciones y deducciones impositivas y diferimiento de impuestos, entre otros temas, para las provincias de La Rioja, Catamarca y San Luis.

Básicamente es un conjunto de medidas tendientes a financiar la actividad a partir de la exención o diferimiento del pago de tributos nacionales y provinciales. Consiste en promover la actividad por medio del diferimiento de pago de tributos a los inversionistas, quienes destinan sumas de dinero por vía de depósitos bancarios en las cuentas de empresas beneficiarias.

A los efectos de acceder a estos beneficios y de obtener financiamiento vía deudas fiscales de los inversores, los establecimientos agropecuarios crecen y se desarrollan en el marco dado por la inversión privada subvencionada por el Estado, logrando el desarrollo de zonas cuasi-marginales y cultivos específicos.

De esta manera se han logrado importantes inversiones en zonas donde el riesgo agrícola es grande y donde difícilmente los productores quieran arriesgar en la actividad con cultivos no del todo tradicionales. Lo que sucede es que por los efectos climáticos se requieren mejoras en niveles de inversión que no son normales para estas actividades.

Los organismos de contralor encargados del cumplimiento de esta ley por cada una de las partes son las autoridades provinciales que se designen al efecto, la AFIP, y en algunos casos el Ministerio de Economía de la Nación.

Es importante saber que los beneficios de esta ley pueden combinarse con otras leyes nacionales y provinciales que limitan o amplían su ámbito y objeto.

Si los inversores son personas físicas podrán diferir Impuesto a las Ganancias (saldo DDJJ y anticipos), Impuesto sobre los Bienes Personales (DDJJ y

anticipos), Impuesto al Valor Agregado e Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta.

En caso de ser personas jurídicas podrán diferir, Impuesto a las Ganancias (saldo DDJJ y anticipos), Impuesto al Valor Agregado e Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta.

El monto máximo a diferir es el 75% de la inversión total comprometida en el proyecto. Este monto debe devolverse en cinco años, comenzando a partir del sexto año de la puesta en marcha del proyecto. Cada cuota representa el 20% del impuesto total diferido, sin interés ni actualización.

Las principales actividades agropecuarias comprendidas y los plazos para declarar la puesta en marcha son los siguientes:

- Olivo = 9 años
- Cría de hacienda = 3 años
- Uva de mesa = 5 años
- Algodón = 5 años
- Frutas de carozo = 5 años
- Algarrobo = 16 años

BENEFICIOS PARA LA EMPRESA PROMOVIDA

A partir de la puesta en marcha del proyecto, y durante 6 años, la empresa promovida está liberada del pago del Impuesto a las Ganancias y del Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta.

Cada provincia mediante un acto particular procede a desgravar las tasas e impuestos provinciales a las empresas que se presenten bajo la forma de una promoción agropecuaria.

CAPÍTULO 5: EXPORTACIONES

Para dar inicio a este capítulo central del presente trabajo, comenzaremos analizando algunos conceptos teóricos importantes relacionados a la exportación, los sujetos que intervienen, las formas que existen, los impuestos y beneficios que las alcanzan y los pasos a tener en cuenta para lograr que la operación de exportar sea exitosa.

CONCEPTO

Según el Código Aduanero en su artículo 9.2, se denomina exportación a la extracción de cualquier mercadería de un territorio aduanero.¹⁹

Se entiende por territorio aduanero a la zona terrestre, acuática y aérea sometida a la soberanía de la Nación, en la que se aplica un mismo sistema arancelario y de prohibiciones de carácter económico.²⁰

EXPORTADORES

Serán exportadores, aquellas personas que en su nombre exportan mercadería, ya sea que la lleven consigo o que un tercero la lleve para ellos. Pueden ser personas físicas o de existencia ideal que podrán actuar en todas las aduanas del país, y para solicitar destinaciones aduaneras deben inscribirse en el registro de importadores y exportadores, por sí mismos o por terceras personas.²¹

DESTINACIONES DE EXPORTACIÓN²²

Las destinaciones aduaneras son los destinos que, desde un punto de vista aduanero, puede dársele a las mercaderías. El Código Aduanero legisla respecto a las destinaciones de importación y exportación.

¹⁹Código Aduanero, Art.: 9.2 (Visto: 25/07/2014)

²⁰Código Aduanero, Art.: 2 (Visto: 25/07/2014)

²¹Código Aduanero, Art.: 92.1 (Visto: 25/07/2014)

²²Código Aduanero, Sección IV, Título I (Visto: 25/07/2014)

La declaración contenida en la solicitud de destinación de exportación es inalterable una vez registrada y el servicio aduanero no admitirá del interesado rectificación, modificación o ampliación alguna, salvo las excepciones prevista en el Código Aduanero. Podrán ser Definitivas o Suspensivas.

DEFINITIVAS

Dentro de estas encontramos a las destinaciones definitivas para consumo.

Para Consumo: La destinación de exportación para consumo es aquella en virtud de la cual la mercadería exportada puede permanecer por tiempo indeterminado dentro del territorio aduanero.

Suspensivas: Dentro de las destinaciones suspensivas de exportación consideraremos las de: Tránsito de Exportación, Exportación Temporal y Removido.

SUSPENSIVAS

TRÁNSITO DE EXPORTACIÓN

Es aquella en virtud de la cual la mercadería de libre circulación en el territorio aduanero, que fuere sometida a una destinación de exportación en una aduana, puede ser transportada hasta otra aduana del mismo territorio aduanero, con la finalidad de ser exportada desde esta última.

EXPORTACIÓN TEMPORARIA

Es aquella en virtud de la cual la mercadería exportada puede permanecer con una finalidad y por un plazo determinado fuera del territorio aduanero, quedando sometida, desde el mismo momento de su exportación, a la obligación de reimportarla para consumo con anterioridad al vencimiento del mencionado plazo.

La mercadería podrá permanecer en el mismo estado en que hubiere sido exportada temporariamente o bien ser objeto de transformación, elaboración, combinación, mezcla, reparación o cualquier otro perfeccionamiento o beneficio.

La exportación de mercadería bajo este régimen no está sujeta a la imposición de tributos, con excepción de las tasas retributivas de servicios.

La mercadería que debiere permanecer en el mismo estado en que hubiere sido exportada, debe ser reimportada para consumo dentro de los plazos que fijare la Administración Nacional de Aduanas, computados desde la fecha de su libramiento, los que no podrán exceder de:

- 3 años: cuando la mercadería que constituyere un bien de capital hubiere de ser utilizada como tal en un proceso económico.
- 1 año: cuando la mercadería constituyere o estuviere destinada a exponerse en ferias, exposiciones, congresos, competencias deportivas, muestras comerciales, máquinas y aparatos para ensayos, automóviles, aeronaves, embarcaciones deportivas, envases, embalajes, contenedores, pallets, elementos de decoración y vestuarios de circos o compañías de teatro, etc.

REMOVIDO

Es aquella en virtud de la cual la mercadería de libre circulación en el territorio aduanero puede salir de éste para ser transportada a otro lugar del mismo, con intervención de la aduanas de salida y de destino, sin que durante su trayecto atraviese o haga escala en un ámbito terrestre no sometido a la soberanía nacional.

También se considera destinación de removido el transporte de mercadería de libre circulación en el territorio aduanero por ríos nacionales de navegación internacional entre dos puntos de dicho territorio.

DERECHOS DE EXPORTACIÓN

HECHO IMPONIBLE²³

En materia impositiva cuando hablamos de hecho imponible nos referimos a “lo que el legislador quiso gravar”.

En las exportaciones lo que está gravado es la exportación definitiva a consumo, o sea, los egresos de mercaderías por un tiempo indeterminado. Es por ello, que el resto de las destinaciones no abonan el derecho de exportación.

MOMENTO IMPONIBLE²⁴

El momento imponible es una fecha. En el caso de las exportaciones, el Código Aduanero en el art. 726, define el momento imponible como la fecha del registro de la correspondiente solicitud de destinación de exportación para consumo, es decir la fecha de oficialización del permiso de embarque.

TIPO DE CAMBIO²⁵

Se considerará el tipo de cambio comprador vigente al cierre del día hábil inmediato anterior al de la fecha de registro de la destinación de exportación a consumo. Es decir que si la fecha de la destinación es el día lunes 18 de mayo de 2015, el tipo de cambio a aplicar será el del cierre del día viernes 15 de mayo de 2015.

²³<http://www.afip.gov.ar/institucional/afipSimulada/archivos/secuenciaDidactica/7%20Tributos%20aduaneros%20y%20est%C3%ADmulos%20a%20la%20exportaci%C3%B3n.pdf> (Visto: 30/07/2014)

²⁴<https://www.afip.gov.ar/genericos/documentos/ManualPymes.pdf> (Visto: 30/07/2014)

²⁵<https://www.afip.gov.ar/genericos/documentos/ManualPymes.pdf> (Visto: 30/07/2014)

ALÍCUOTA²⁶

La alícuota es el porcentaje a aplicar. El porcentaje de los derechos de exportación es regulado por el Ministerio de Economía y aplicado por la Dirección General de Aduanas.

DERECHOS ADUANEROS²⁷

Los derechos a la exportación pueden ser clasificados en:

- Derechos “ad valorem”: es aquel cuyo importe se obtiene mediante la aplicación de un porcentaje sobre el valor imponible de la mercadería o, en su caso, sobre precios oficiales FOB.
- Derechos “específicos”: es aquel cuyo importe se obtiene mediante la aplicación de una suma fija de dinero por cada unidad de medida.

BASE IMPONIBLE²⁸

Se denomina de esta manera al valor sobre el cual la Aduana aplicará la alícuota para hacer efectivo el pago de los derechos ad valorem. El valor imponible se encuentra definido en el artículo 735 del C.A. que dice:

“...para la aplicación del derecho de exportación ad valorem, el valor imponible de la mercadería que se exportare para consumo es el valor FOB en operaciones efectuadas por vía acuática o aérea y el valor FOT o el valor FOR según el medio de transporte que se utilizare, en operaciones efectuadas por vía terrestre, entre un comprador y un vendedor independientes uno de otro en el momento que determinan para cada supuesto los artículos 726, 727 ó 729, según correspondiere, como consecuencia de una venta al contado...”

²⁶<https://www.afip.gob.ar/genericos/documentos/ManualPymes.pdf> (Visto: 30/07/2014)

²⁷<http://www.afip.gob.ar/institucional/afipSimulada/archivos/secuenciaDidactica/7%20Tributos%20aduaneros%20y%20est%C3%ADmulos%20a%20la%20exportaci%C3%B3n.pdf> (Visto: 30/07/2014)

²⁸<https://www.afip.gob.ar/genericos/documentos/ManualPymes.pdf> (Visto: 30/07/2014)

Cuando definimos el valor FOB, lo hacemos siempre con referencia a un punto geográfico, por ejemplo, FOB Mendoza.

En este sentido se expresa el artículo 736 cuando dice:

“... A los fines previstos en el artículo 735, el valor incluye la totalidad de los gastos ocasionados hasta:

- a) el puerto en el cual se cargare en el buque, con destino al exterior, para la mercadería que se exportare por vía acuática;
- b) el aeropuerto en el que se cargare, con destino al exterior, para la mercadería que se exportare por vía aérea;
- c) el lugar en el que se cargare en automotor o ferrocarril, con destino al exterior, para la mercadería que se exportare por vía terrestre.

ESTÍMULOS A LAS EXPORTACIONES²⁹

Los estímulos a las exportaciones pueden ser:

- **De orden fiscal:** que le permiten al exportador recibir determinadas sumas de dinero con posterioridad a la exportación (draw back, reembolso y reintegros), o bien dejar de pagarlo (admisión temporaria de mercaderías, exención o devolución del IVA, deducción del impuesto a las ganancias, exención del pago de ingresos brutos o de sellos)
- **De orden financiero:** como es el régimen de pre-financiación o financiación de exportaciones, el financiamiento para la participación en ferias y rondas de negocios internacionales, el seguro de crédito a la exportación, envío de muestras y mercaderías en consignación.

Los objetivos de medidas de esta índole son:

- Lograr un mayor ingreso de divisas al país
- Promover la producción nacional
- Incorporar nuevas tecnologías
- Ampliar mercados

²⁹<http://www.proargex.gov.ar/index.php/servicios/info-comercial/40-estimulos-a-las-exportaciones> (Visto: 31/07/2014)

- Reducir la capacidad ociosa, compensando la situación del mercado local
- Mejorar la absorción de costos empresarios
- Procurar la mejora constante de los productos nacionales

A continuación comentaremos los principales mecanismos de promoción de exportaciones:

✓ **Drawback:** es el régimen aduanero en virtud del cual se restituyen, total o parcialmente, los importes que se hubieran pagado en concepto de tributos que gravaron la importación para consumo, siempre que la mercadería fuere exportada para consumo luego de haber sido sometida en el territorio aduanero a un proceso de transformación, elaboración, combinación, mezcla, reparación o cualquier otro perfeccionamiento o beneficio; o se utilice para acondicionar o envasar otra mercadería que se exportare.

La liquidación de este beneficio corre a cargo de la DGA y se realiza de acuerdo a una solicitud de tipificación presentada por el exportador (Resolución 177/91). Dichas tipificaciones son actualizadas por la Secretaría de Industria, y Comercio de la Pequeña y Mediana Empresa.

✓ **Reintegro a la exportación:** es aquel en virtud del cual se restituyen, total o parcialmente, los importes que se hubieran pagado en concepto de tributos interiores por la mercadería que se exportare para consumo a título oneroso o bien, por los servicios que se hubieren prestado con relación a la mencionada mercadería. No incluyen a los tributos que hubieran podido gravar la importación para consumo. El régimen de reintegros es compatible con el de drawback.

Las alícuotas de reintegro vigentes van del 0% al 6% y se liquidan a través de la DGA, previa presentación de la documentación de embarque de la mercadería. El Ministerio de Economía puede modificar las alícuotas de reintegro, consistentes en un porcentaje que se aplica sobre el valor FOB de las mercaderías a exportar.

✓ **Reembolsos:** el régimen de reembolsos es aquel en virtud del cual se restituyen, total o parcialmente, los importes que se hubieran pagado en concepto de tributos interiores; así como los que se hubieren podido pagar en concepto de

tributos por la previa importación para consumo de toda o parte de la mercadería que se exportare para consumo a título oneroso o bien, por los servicios que se hubieren prestado con relación a la mencionada mercadería. Salvo disposición especial en contrario, el régimen de reembolsos no puede acumularse con el régimen de drawback ni con el de reintegros. Dicho régimen no se encuentra en vigencia actualmente.

✓ **Admisión temporaria:** es el régimen que permite el ingreso, dentro del territorio aduanero de nuestro país, con suspensión de los derechos y tasas a la importación, de mercaderías importadas con un propósito definido, y destinadas a ser reexportadas (en su estado originario o tras determinadas transformaciones) dentro de un plazo preestablecido de tiempo.

✓ **Sistema Generalizado de Preferencias:** consiste en el otorgamiento por parte de 36 países desarrollados de una reducción o eliminación total de derechos de importación, de determinados productos exportados desde países en vías de desarrollo. El objetivo es incrementar las corrientes comerciales entre países en desarrollo a partir del otorgamiento de Preferencias Arancelarias y de reducción de las restricciones no tarifarias que pudieran existir entre las naciones participantes.

El beneficio lo otorgan: Unión Europea, EEUU, Suiza, Noruega, Canadá, Japón, Nueva Zelanda, Australia, Bielorrusia y Federación Rusa.

Los productos beneficiados por este régimen deben estar incluidos en listas positivas confeccionadas por los países otorgantes de las preferencias, debiendo cumplirse con los requisitos de origen que cada uno de esos países fije.

✓ **Pre-financiación de exportaciones:** consiste en la concesión de un adelanto parcial al exportador sobre una venta realizada en firme, para que pueda hacer frente a las necesidades de producción para exportar. El exportador deberá presentar un plan de producción y cálculo de recursos aplicable a cada etapa, y contemplar las inspecciones técnicas que la entidad prestataria de fondos le impusiera.

✓ **Régimen de Financiación (post-exportación):** una vez formalizado un embarque, el exportador puede solicitar la financiación o adelanto del pago total de la operación por parte de una entidad prestataria. Esto permite al exportador formalizar una venta a plazo a un importador, cobrando al contado, de manera tal de no afectar su desarrollo productivo y comercial. Esta operación tiene un costo financiero: el interés que cobra la entidad bancaria que concede la financiación.

✓ **Financiamiento del IVA:** Es un régimen por medio del cual el Estado toma a su cargo los intereses de financiación de créditos que los beneficiarios soliciten a entidades bancarias para recuperar el impuesto al Valor Agregado pagado por compras e importaciones de bienes de capital nuevos siempre y cuando se cumplan determinados requisitos. El objetivo es favorecer la compra o importación de bienes de capital que fortalezcan el perfil exportador del país a través de disminuir la carga financiera asociada con su adquisición.

El monto de la financiación es hasta el 100% del valor abonado en concepto de IVA y los plazos varían de 4 a 6 años, según los bienes de que se trate.

✓ **Zona Franca:** es el ámbito dentro del cual la mercadería no está sometida al control habitual del servicio aduanero y su introducción y extracción no está gravada con el pago de tributos, salvo las tasas retributivas de servicios que pudieran establecerse, ni alcanzadas por prohibiciones de carácter económico.

Las Zonas Francas se encuentran dentro de la infinidad de modos de impulsar el comercio y la actividad industrial exportadora, permitiendo que el aumento de la eficiencia y la disminución de costos asociados a las actividades allí desarrolladas, se extiendan a la inversión y el empleo, colaborando con el mayor crecimiento de la economía Argentina.

Las zonas francas en funcionamiento son:

- La Plata, Provincia de Buenos Aires
- Córdoba, Provincia de Córdoba
- Luján de Cuyo, Provincia de Mendoza
- Puerto Iguazú, Provincia de Misiones

- Justo Daract, Provincia de San Luis
- Cruz Alta, Provincia de Tucumán
- General Pico, Provincia de La Pampa
- Comodoro Rivadavia, Provincia de Chubut
- General Quemes, Provincia de Salta
- C. del Uruguay, Provincia de entre Ríos

LA EXPORTACIÓN EN NÚMEROS³⁰

ACEITUNAS DE MESA

El volumen exportado de aceitunas de mesa desde Mendoza en 2013 fue de 27.951 toneladas por un valor de 39,7 millones de dólares FOB. A nivel nacional se exportó 77.152 toneladas por un valor de 111,6 millones de dólares FOB.

En el siguiente cuadro se observan las exportaciones de Mendoza y Argentina para un periodo que abarca desde el año 2007 hasta 2013.

Cuadro Nº 1: Exportaciones de aceitunas en conserva de Mendoza y Argentina en Toneladas y valor (U\$S FOB)

MENDOZA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
CANTIDAD Tn	36.945	36.809	33.672	36.208	35.261	31.033	27.951
VALOR dólar FOB	44.428.619	58.081.983	45.410.020	55.483.308	50.622.495	44.605.380	39.771.531
Precio implícito	1,20	1,58	1,35	1,53	1,44	1,44	1,42
ARGENTINA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
CANTIDAD Tn	78.948	74.054	76.106	74.980	84.761	69.242	77.152
VALOR dólar FOB	107.744.463	130.027.510	112.034.478	120.716.913	122.457.099	100.637.950	111.627.021
Precio implícito	1,36	1,76	1,47	1,61	1,44	1,45	1,45

Fuente: Instituto de Desarrollo Rural. Consultada el 10/05/2015

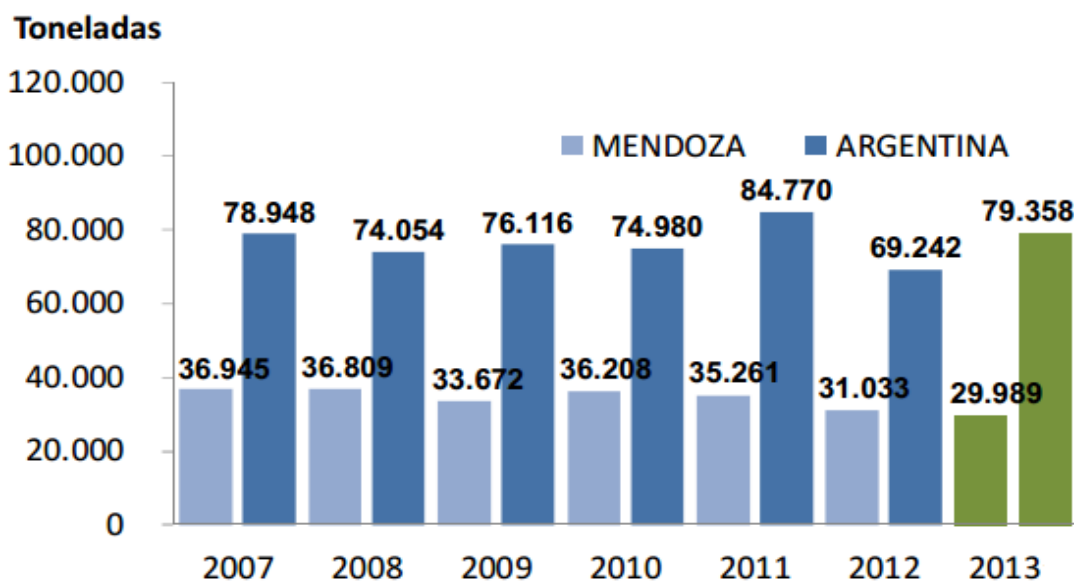
³⁰<http://www.idr.org.ar/wp-content/uploads/2014/05/2014-04-03-Primer-panorama-agr%C3%ADcola-2014.pdf> (Visto: 10/05/2015)

Se puede observar que se ha mantenido relativamente constante el volumen comercializado a nivel nacional y se ha evidenciado una caída en las ventas mendocinas.

A nivel local, se vendieron 27,9 toneladas lo que representa una caída del 9% respecto al año 2012.

A nivel nacional el comportamiento fue diferente, las ventas superaron las 77.000 toneladas, incrementándose la cantidad vendida en el mismo periodo un 11%, respecto al año 2012.

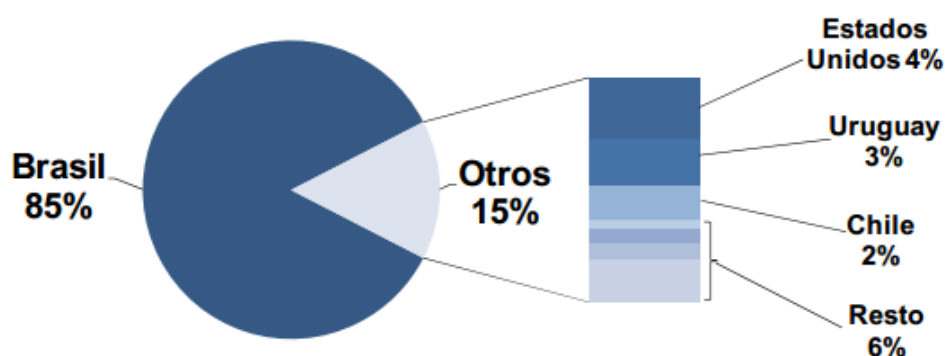
Gráfico N° 8: Exportaciones de aceitunas de mesa, Argentina y Mendoza, 2007-2013 (en toneladas)



Fuente: Instituto de Desarrollo Rural. Consultada el 10/05/2015

Uno de los principales aspectos a tener en cuenta son los destinos de las exportaciones de aceitunas del país. El principal destino de Argentina es Brasil, más del 85% del volumen comercializado se canaliza a este país. Otras plazas de menor importancia son EEUU (3%, 1.528 toneladas), Uruguay (3%, 1.514 toneladas) y Chile (2%, 1.029 toneladas). En el gráfico siguiente se observa la participación % de los principales destinos de las ventas al exterior.

Gráfico N° 9: Principales destinos de las exportaciones de Argentina (2013)



Fuente: Instituto de Desarrollo Rural. Consultada el 10/05/2015

ACEITE DE OLIVA³¹

El volumen exportado de aceite de oliva a nivel nacional alcanzó 20.402 toneladas en 2013, un 14 % más respecto a 2007 (17.794 toneladas). Por su parte, Mendoza alcanzó un volumen de exportación de 1.760 toneladas en 2013, 61 % menos respecto a 2007 (4.545 toneladas). Esto refleja claramente una tendencia negativa del volumen de exportación a nivel provincial, no así a nivel nacional.

Cuadro N° 2: Exportaciones de aceite de oliva de Mendoza y Argentina en Toneladas y valor (U\$S FOB)

MENDOZA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
CANTIDAD Tn	4.545	3.615	4.723	2.230	3.534	1.979	1.760
VALOR dólar FOB	15.064.989	13.129.222	14.069.310	7.089.396	10.314.223	5.460.353	5.680.510
Precio implícito	3,31	3,63	2,98	3,18	2,92	2,76	3,23
ARGENTINA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
CANTIDAD Tn	17.794	14.838	18.939	11.661	22.731	13.418	20.402
VALOR dólar FOB	63.437.420	62.090.424	62.299.461	42.210.500	71.975.797	44.174.028	72.421.792
Precio implícito	3,57	4,18	3,29	3,62	3,17	3,29	3,55

Fuente: Instituto de Desarrollo Rural. Consultada el 10/05/2015

En lo que respecta a la evolución de las exportaciones de aceite de oliva en 2013, Argentina ha incrementado sus volúmenes de ventas respecto al mismo periodo

³¹<http://www.idr.org.ar/wp-content/uploads/2013/12/Tercer-panorama-agr%C3%ADcola-2013-1.pdf> (Visto: 04/09/2014)

de 2012. Sin embargo, en Mendoza el volumen ha caído en más del 11 % al pasar de 1.979 a 1.760 toneladas. En cuanto al precio implícito de exportación, el mismo ha mejorado, esto se puede ver gráficamente. En el caso argentino, el incremento en el volumen fue acompañado con un incremento aun mayor en dólares.

Argentina paso de 44,1 a 72,4 millones de dólares en ventas de aceite de oliva al exterior, registrando un incremento de 64% para el mismo periodo.

Cuadro N° 3: Principales destinos del aceite de oliva de Argentina en kilogramos y valor (U\$S FOB) para los años 2011 a 2013

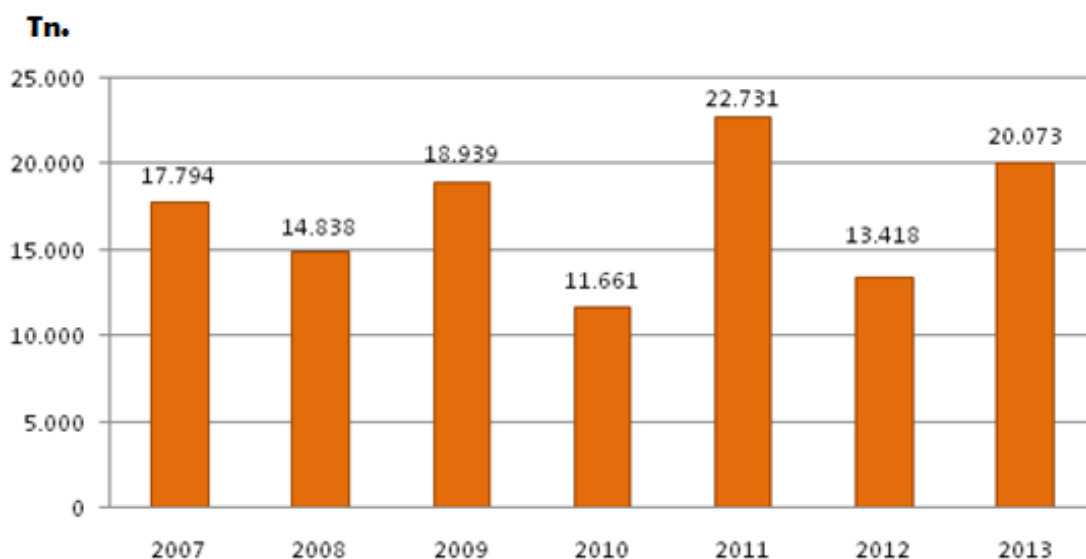
	2011		2012		2013	
	TN	U\$D	TN	U\$D	TN	U\$D
PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES ARGENTINAS						
EEUU	9.467	26.157.290	3.260	8.766.572	6.979	23.421.052
Brasil	4.792	18.636.137	4.070	15.278.753	3.330	14.697.517
España	656	2.043.304	704	1.510.932	1.626	4.979.119
Italia	165	455.323			409	1.267.971
Chile	295	718.791	282	645.990	278	623.801
Uruguay	349	1.189.728	357	1.237.416	263	950.533
China	32	114.326	79	429.090	159	789.407
Colombia	110	460.565	84	341.178	148	672.638
Resto	475	2.134.736	336	1.490.001	528	2.343.804

Fuente: Instituto de Desarrollo Rural. Consultada el 10/05/2015

Como puede observarse la cantidad exportada en el año 2012 se redujo en relación al año 2011 hacia la mayoría de los principales destinos. Si bien en el 2013 se incrementaron esas cantidades, sólo en algunos casos se pudieron superar los resultados del 2011.

Con respecto al importe en dólares que representan esas exportaciones podemos ver que a nivel general la baja en el 2012 fue superior al 50%, recuperándose casi en su totalidad en el año 2013.

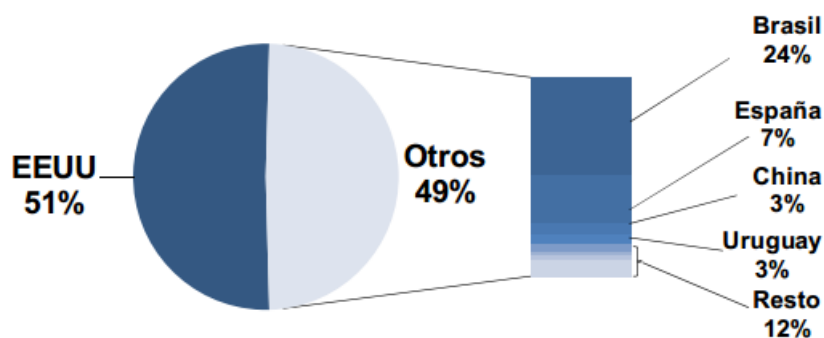
Gráfico N° 10: Exportaciones de Aceite de oliva de Argentina 2007-2013



Fuente: Instituto de Desarrollo Rural. Consultada el 10/05/2015

El mercado de las exportaciones de aceite de oliva de Argentina se encuentra menos concentrado que el de aceitunas de mesa. Brasil sigue siendo protagonista, sin embargo, EEUU ocupa el primer lugar en cuanto al volumen canalizado a este país. Las plazas más importantes de Argentina, como se puede ver en el siguiente gráfico son EEUU, más del 51% del volumen (6.979 toneladas), Brasil (24 %, 3.330 toneladas) y España (7%, 1.626 toneladas).

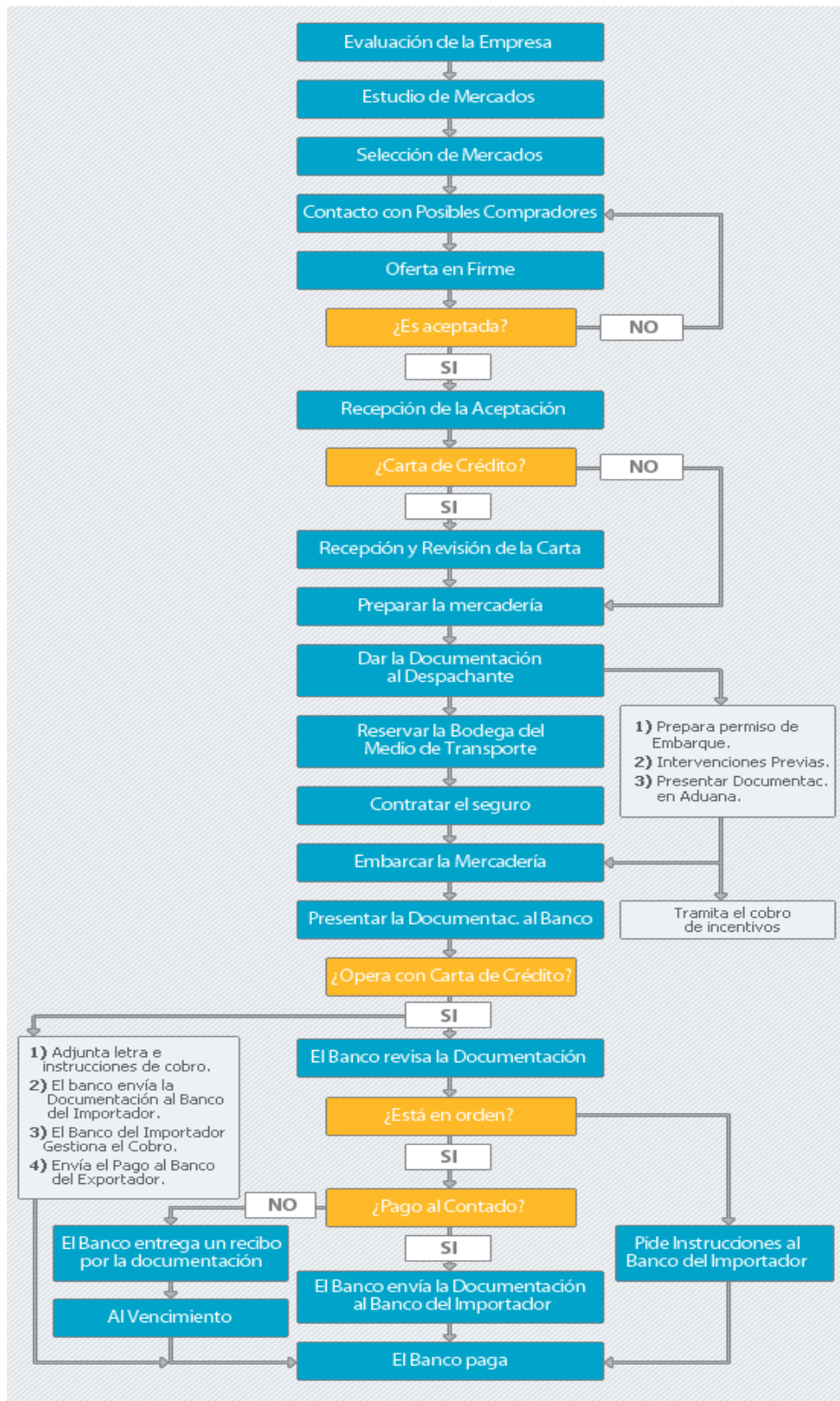
Gráfico N° 11: Principales destinos de Argentina 2013



Fuente: Instituto de Desarrollo Rural. Consultada el 10/05/2015

CAPÍTULO 6: ANÁLISIS DE UNA EXPORTACIÓN

Figura N° 1: Secuencia de una exportación



Fuente: <http://www.bice.com.ar/sp/contenidos/contenidos.asp?id=72>. Consultada el 27/06/2014.

EVALUACIÓN DE UN PROYECTO DE EXPORTACIÓN³²

Al tomar la decisión de exportar se debe tener en cuenta que la exportación es un negocio que exige inversión, que puede ser a mediano o largo plazo, que requiere continuidad, que exige compromiso y habilidades diferentes de las del mercado interno y que requiere adaptar el producto a las necesidades del mercado de destino.

Elaborar un plan escrito sobre estos aspectos, nos ayudará a tomar la mejor decisión y nos permitirá:

- Lograr una más eficiente utilización de la capacidad productiva
- Reducir costos unitarios de fabricación y ganar competitividad
- Aumentar el poder de negociación para la compra de insumos
- Reducir la dependencia de la empresa de la suerte del mercado interno

Alguno de los errores más comunes que se comenten al decidir exportar y no estudiar a fondo sobre el tema son:

- Falta de evaluación de la competitividad exportadora
- No considerar las diferencias culturales
- Falta de investigación y selección de mercado
- Falta de desarrollo del servicio post-venta
- Falta de inversión
- Falta de presencia en el mercado
- Falta de estructura interna adecuada para el gerenciamiento de la exportación
- Extrema diversificación de los mercados
- Falta de evaluación comercial sobre el importador
- Errada evaluación de la capacidad de producción con relación a la dimensión del mercado

La información recolectada debe servir a la empresa para tomar decisiones en relación a la selección de los mercados, la demanda potencial, condiciones de

³²Adaptación de Ernesto Lucio Sbriglio “El comercio internacional” – págs. 224 a 226

acceso a los diversos mercados, su tamaño y monitorear los cambios en el ambiente.

Algunos de los indicadores para evaluar oportunidades de mercado que tienen las pymes son:

- Tamaño del mercado y potencial de crecimiento
- Competencia
- Riesgo país o riesgo de operaciones en un segmento de producto/mercado determinado
- Factores vinculados al costo de la operación
- Acceso a los canales de distribución y medios de comunicación

Por lo tanto:

En cualquier decisión que se tome debe haber congruencia entre la jerarquización de países/mercados y los objetivos marcados. Si no lo son, debe replantearse el proyecto.

LA DECISIÓN DE EXPORTAR

Antes de la operatoria de exportación y de la investigación de potenciales mercados, se necesita poder determinar si la empresa está en condiciones de exportar, lo que implica, evaluar costos, capacidad de producción, demanda interna, entre otras cosas, pues la sola existencia de elevados stocks y capacidad ociosa, no son elementos suficientes para lograr el éxito en este campo.

Una adecuada estadística del Comercio Exterior de la empresa posibilitará conocer el volumen de producción y venta de los últimos años, las variaciones producidas en los stocks, así como también, un análisis de costos permitirá definir cuál es el punto óptimo de producción para el cuadro de ventas actual y futuro.

En cuanto a, si las expectativas del mercado interno son inferiores, se tendrá que verificar que la tecnología actual se adapte a la producción de los bienes destinados a la exportación.

Si las expectativas futuras superan la capacidad disponible actual, se deberá plantear la posibilidad de incorporar nuevos equipos con el avance tecnológico requerido por el futuro plan de exportaciones.

La selección del o de los productos a exportar, debe ser una resultante de un estudio producto / mercado, debido a que un bien comercializado en el mercado interno, puede no serlo en el exterior.

Es por ello, que se deberán considerar los siguientes interrogantes:

- ¿Es un producto versátil, de fácil adaptación o no?
- ¿De tener que adaptarlo, cuál será su costo?
- ¿Los insumos necesarios, son de normal abastecimiento?
- ¿La adaptación, deberá hacerse sobre el producto, o sobre algunos de los componentes?
- ¿Se requerirá personal de la empresa, o se contratará personal externo?

En un principio, todos los países pueden ser potenciales compradores, pero como encarar el análisis de todos los países es un imposible, el estudio debe centrarse en los países que revisten mayor interés por cercanía, situación política económica, aspectos culturales, entre otros.

Los informes de mercado del país / producto bajo análisis, constituye en la mayoría de los casos, una de las formas más apropiada de proporcionar a la empresa de una información práctica, relativamente rápida y de fácil lectura.

Acerca de la investigación de mercado, la herramienta operativa que facilita la tarea, es un proceso para obtener, ordenar y analizar información sobre productos, mercados, consumidores, promoción, entre otros, con el fin de evaluar la incidencia y el comportamiento de cada uno de los factores mencionados y

obtener conclusiones, para orientar cuáles son las acciones que debería tomar la empresa.

En general, los perfiles de mercado versan sobre un solo producto, o referentes a un grupo de productos sobre un mismo mercado, los estudios apuntan a facilitar el acceso a determinados mercados, así, deberán suministrar la información que necesitan los exportadores.

Como conclusión sobre la base de todos los elementos mencionados, la empresa deberá decidir, si está en condiciones para poder exportar o no, de acuerdo a su capacidad disponible y grado de avance tecnológico, o si le conviene exportar o no, en relación a tal o tales productos, que pueda llegar a colocar en tal o tales países del exterior, es decir, se exporta a ese país o se busca uno nuevo.

CAPÍTULO 7: DEVALUACIÓN, INFLACIÓN Y COMPETITIVIDAD

Con la lectura del presente capítulo podemos analizar las consecuencias que trae aparejada la devaluación de nuestra moneda, como así también, las de la inflación en los valores de los insumos necesarios para poder elaborar un producto, lo que afecta de manera directa en la competitividad que pueden alcanzar las empresas exportadoras.

TIPO DE CAMBIO NOMINAL³³

El tipo de cambio nominal de un país respecto de otro es el precio de una unidad de moneda extranjera expresado en términos de la moneda nacional. Por ejemplo, si para obtener 1 dólar debemos entregar 8,13 pesos argentinos, el tipo de cambio nominal entre Argentina y Estados Unidos es 8,13 \$/U\$. Y éste es el tipo de cambio del que profusamente informan los medios de comunicación y del cual mayormente todos hablan, pero no es el verdaderamente importante.

TIPO DE CAMBIO REAL (BILATERAL)

El tipo de cambio real de un país (país local) respecto de otro (país extranjero) es el precio relativo de los bienes del país extranjero expresado en términos de bienes locales. Éste es el que realmente importa, y viene dado por:

$$e = (E \times P^*) / P$$

Siendo:

e: tipo de cambio real

E: tipo de cambio nominal.

P*: inflación del país extranjero.

P: inflación local.

De esta forma, las variaciones del tipo de cambio real pueden deberse a variaciones en el tipo de cambio nominal (lo que se toma generalmente en

³³<http://www.gestiopolis.com/economia/tipo-de-cambio-y-tasa-de-cambio-para-el-exportador.htm> (Visto: 10/09/2014)

cuenta) pero también a variaciones en los precios de los bienes extranjeros (inflación de un determinado socio comercial), o a variaciones de los precios de los bienes locales (inflación nuestra).

DEVALUACIÓN VS. INFLACIÓN: ¿SE ACABÓ LA COMPETITIVIDAD PARA LOS EXPORTADORES?³⁴

La suba del dólar impactó fuerte en los precios, complicando los márgenes de rentabilidad de los sectores que envían sus productos al exterior.

El contexto macroeconómico argentino tuvo un punto de quiebre el 22 de enero de este año (2014), cuando el Gobierno decidió devaluar el peso argentino en un 17% con relación al dólar. De forma inmediata surgieron dos incógnitas: qué reacción tendría la inflación y en cuánto se vería beneficiado el sector exportador con la mejora del tipo de cambio.

La suba del dólar no sólo impactó de forma directa sobre los insumos importados, sino que terminó afectando de forma indirecta a todo tipo de productos de fabricación nacional.

LA PÉRDIDA DE COMPETITIVIDAD

En cuanto a la pérdida de competitividad, la nota plantea que no hay mejor forma de conocer el escenario devaluatorio, si no es por medio del relato de sus propios actores.

Sucede que luego de muchos años de buenos niveles de competitividad para las empresas que comercializan sus productos fuera del país (principalmente entre 2003 y 2008), el dólar comenzó a atrasarse y a hacer menos competitiva a la industria mendocina.

³⁴ Autor: Mariano Zalazar. Fecha: 25 de mayo de 2014. Disponible en: <http://archivo.losandes.com.ar/notas/2014/5/25/devaluacion-inflacion-acabo-competitividad-para-exportadores-787447.asp> (Visto: 12/09/2014)

Como ejemplo de esto, tenemos la situación de algunas de las principales industrias de la provincia. Luis Mansur, Presidente de la Asociación Olivícola de Mendoza, manifestó que la devaluación sirvió, pero la inflación de los primeros meses del año ya consumió toda la competitividad ganada y se está pasando por un momento crítico en donde las empresas están luchando para no cerrar sus puertas, ya que el negocio ha dejado de ser rentable y se ha optado por la erradicación de los cultivos.

Plantea además, que si bien en los primeros meses del año se logró alguna ganancia, hay muchas posibilidades de volver a la misma situación de diciembre pasado y que resulta difícil recuperar de forma inmediata los mercados perdidos por no poder mantener los precios.

Por supuesto que a mayor precio internacional más fácil les resultará competir a las empresas mendocinas y su rentabilidad será mejor.

Por otra parte, el Gerente General de la Cámara de Comercio Exterior de Cuyo, Mario Bustos Carra, comentó que todas las industrias exportadoras de la provincia, de los distintos sectores productivos concuerdan en que la inflación definitivamente absorbió la devaluación. Lo que ocurrió es que los precios subieron de forma inmediata, prácticamente al mismo tiempo que el valor del dólar. Por tanto, la ventaja competitiva duró muy poco.

PANORAMA ACTUAL DEL SECTOR

A fin de sintetizar las distintas etapas por las que ha ido atravesando el sector olivícola en el periodo que abarca los años 2013-2014, haré un resumen de los principales titulares que hemos podido observar, tanto en diarios de Mendoza y Argentina, como en la web, que hacen referencia a este tema.

🍇 “El sector olivícola, en crisis por las trabas de Brasil y la inflación. La crisis del sector olivícola argentino, que esta semana derivó en despidos y suspensiones de empleados en dos plantas de La Rioja, no se explica sólo por las restricciones a la importación impuestas en Brasil, sino que responde también a la

pérdida de competitividad del sector, según los empresarios consultados” (Fuente: La Nación, 02/02/2013)

🌿 “Se agudiza la crisis olivícola. Los problemas propios del sector y la falta de competitividad hacen temer por la sustentabilidad tanto del negocio del aceite de oliva como del de las aceitunas en conserva. La preocupación ha ganado espacio en la mayoría de los referentes de la actividad que, independientemente de sugerir medidas que ayuden a sortear una coyuntura signada por el fuerte desajuste entre costos de producción y tipo de cambio, coinciden en reclamar un decidido involucramiento de las autoridades provinciales para liderar acciones que desemboquen en un cambio de la matriz productiva del sector” (Fuente: Los Andes, 23/11/2013)

🌿 “Problemas de competitividad amenazan al sector olivícola. La olivicultura regional enfrenta problemas mayúsculos en casi todos sus frentes: el yugo del subsidio europeo quita todo resto de rentabilidad, especialmente para los productores; pero también se le suma las devaluaciones del real brasileño que encarece nuestros aceites. Los industriales regionales rugen ante el avance de las zonas con diferimiento impositivo que ha hecho, según sus opiniones, legalizar inequidades. Y finalmente los productores que vivencian cómo año tras año la rentabilidad es un sueño difícil de alcanza” (Fuente: Los Andes, 28/05/2014)

🌿 “Argentina: Agricultura analizó medidas para fortalecer la comercialización de productos olivícolas. El ministro de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, Carlos Casamiquela, se reunió con representantes de la Cámara Olivícola Riojana (COR) para analizar medidas que fortalezcan la competitividad, faciliten la comercialización y promuevan la exportación de aceite de oliva fraccionado. (Fuente: Portal Olivícola, 21/08/2014)

🌿 “Aceite de oliva y aceitunas: el stock llega justo a 2015. Así lo afirman especialistas del sector. Falta producto para cumplir con Brasil y por ello hay triangulaciones con otros países productores. Aun así, el precio iguala al costo de producción.

La presente campaña de aceite de oliva y aceitunas cerró de manera temprana hace un mes aproximadamente, en la cosecha más corta que recuerden los olivicultores locales. Mientras el mercado nacional en función del proceso inflacionario mejoró sus precios, el internacional, con Brasil a la cabeza, se ha visto obligado a sustituir en algunos casos las importaciones de Argentina, por españolas y peruanas, dando lugar incluso a acuerdos de triangulación y hasta compras de empresas, por parte de olivícolas argentinas” (Fuente: Portal Olivícola, 21/08/2014)


FUENTES DE FINANCIAMIENTO DEL MINISTERIO DE AGROINDUSTRIA Y TECNOLOGÍA³⁵

FONDO PARA LA TRANSFORMACION Y EL CRECIMIENTO DE MENDOZA³⁶

Es una entidad que brinda financiamiento a los distintos sectores de la economía, en forma directa o a través de alianzas con otros organismos públicos o privados, desarrollando herramientas de financiamiento innovadoras y adecuadas a las necesidades, realizando una eficiente gestión de los fondos, asegurando su correcta aplicación y recupero.

Cuenta con más de 30 líneas de crédito que financian a todos los sectores productivos (comercio, servicios, industria, turismo, pecuario, agroindustria, agrícola, vitivinícola) con la tasa más baja del mercado.

A continuación se expondrá un breve resumen de las líneas de crédito que más se relacionan con el tema que estamos desarrollando.


 **Capital de trabajo:** destinada a micro, pequeñas y medianas empresas con emprendimientos industriales, mineros, agrícolas (labores culturales), pecuarios y/o de servicios, cuyo objeto es el financiamiento de capital de trabajo requerido por las mismas. En el caso de labores culturales agrícolas relacionadas con la olivicultura, el financiamiento máximo por hectárea es de \$9.156.

³⁵www.agroindustria.mendoza.gov.ar (Visto: 19/10/2014)

³⁶<http://www.ftyc.gob.ar/> (Visto: 17/10/2014)

Tasa de interés: 50% de la TNA del BNA.

Reintegro y plazos: el plazo máximo del financiamiento no podrá superar los 15 meses, a excepción del financiamiento a emprendimientos pecuarios que no podrá superar los 18 meses.

 **Maquinaria agrícola:** compra de tractores, maquinarias, cosechadoras e implementos agrícolas nuevos, con el objeto de lograr la modernización y tecnificación de las actividades agrarias.

Montos máximos a financiar:

-Compra de tractores o maquinarias: hasta \$200.000


-Compra de cosechadoras: hasta \$300.000

-Adquisición de implementos agrícolas: hasta \$75.000

Aporte del tomador: el postulante deberá aportar como mínimo el 25% del monto de la inversión.


Tasa de interés: 50% de la TNA del BNA

Reintegro y plazos: el período de amortización no podrá exeder de 5 años. Podrá agregarse 1 año de gracia para quienes acrediten haber sufrido algún desastre agropecuario. Tanto para el capital como para los intereses las cuotas de devolución serán semestrales.

 **Recupero de IVA para exportadores:** financiamiento del capital de trabajo para empresas exportadoras que se localicen en la provincia de Mendoza y que hayan legitimado ante la AFIP el reintegro en concepto de créditos fiscales del IVA atribuibles a operaciones de exportación. El monto del financiamiento será de hasta el 80% de los importes definitivos a devolver al exportador reconocidos por la AFIP y en ningún caso podrá superar los \$500.000.

Tasa de interés: 50% de la TNA del BNA.

Reintegro y plazos: el capital se amortizará en una cuota.

 **Cosecha y acarreo de fruta, nuez y aceituna:** el objetivo es financiar a los productores agrícolas en gastos de cosecha y acarreo de durazno, pera, manzana, cereza, ciruela, olivos y nogales correspondientes a la producción 2013/2014.

Cuadro Nº 4: Montos a financiar por cultivo

Cultivos	Importe
Ciruela Industria	\$ 6.134
Ciruela en fresco	\$ 7.633
Durazno Industria	\$ 8.906
Durazno en fresco	\$ 9.160
Manzana	\$ 9.160
Pera	\$10.019
Cereza	\$17.175
Aceituna aceitera	\$8.000
Aceituna conserva	\$7.778
Nogal	\$6.543

Fuente: Fondo para la Transformación y el Crecimiento de Mendoza.

Consultada el 19/10/2014

En ningún caso la asistencia financiera total a otorgar a cada postulante para gastos de cosecha y acarreo de frutales/olivos podrá superar los \$300.000.

Tasa de interés: se determina en función de la fecha de ingreso de la solicitud de crédito del postulante. Para las presentadas entre el 01/11/2013 y el 31/12/2013, se aplicó una tasa de interés equivalente al 9,425% (50% de la TNA del BNA vigente al 31/12/2013) y para las presentadas en fecha posterior al 31/12/2013 hasta el 31/05/2014, la misma fue del 13,19% (70% de la TNA del BNA vigente al 31/12/2013).

Reintegro y plazos: el capital se amortiza en dos cuotas iguales, cuyos vencimientos se establecen en función del cultivo a cosechar:

Cuadro Nº 5: Plazos y forma de reintegro del capital

Cultivo	1º Vencimiento	2º Vencimiento
Cereza	15 de mayo de 2014	15 de setiembre de 2014
Ciruela - Durazno - Manzana - Pera	15 de agosto de 2014	15 de diciembre de 2014
Olivo - Nogal	15 de octubre de 2014	15 de febrero de 2015

Fuente: Fondo para la Transformación y el Crecimiento de Mendoza.

Consultada el 19/10/2014

FONAPYME³⁷

El Fondo Nacional para el Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa otorga créditos de mediano y largo plazo para proyectos de inversión de PyMEs a una tasa de interés menor a la del mercado. Los créditos son adjudicados mediante llamados a concurso público de proyectos y pueden presentarse en las oficinas del Fonapyme de la Subsecretaría de Promoción al Financiamiento PyME.

Otorga créditos de hasta 3 millones de pesos para financiar el 70% de proyectos de inversión. La tasa de interés anual fija es de 14%.

OTRAS LÍNEAS DE CRÉDITO

Mi galpón (SEPYME): bonificación parcial de la tasa de interés de créditos del Banco Nación de hasta \$1.500.000 para la construcción o adquisición de galpones nuevos o usados para uso industrial.

PACC (Programa de Acceso al Crédito y de la Competitividad): subsidios de hasta \$200 mil para mejorar la competitividad, innovación de productos y procesos.

³⁷<http://www.industria.gob.ar/fonapyme/> (Visto: 19/10/2014)

FONTAR (Fondo Tecnológico Argentino): a) subsidios y/o créditos para empresas que incorporen o desarrollen tecnologías. Cada proyecto podrá recibir hasta el equivalente en pesos de U\$S 1 millón; b) financiamiento de hasta 1 millón de pesos para pymes que incorporen tecnología a productos y procesos; c) financiamiento de hasta \$1.600.000 para mejorar estructuras productivas y la capacidad innovadora de las empresas.

CAPITULO 8: DISEÑO METODOLÓGICO

- 🌿 Tipo de investigación: descriptiva y cualitativa
- 🌿 Tipo de diseño: no experimental. Transversal
- 🌿 Unidad de análisis: empresarios de Pymes olivícolas de Guaymallén
- 🌿 Variables:

VARIABLES	INDICADORES
Perfil Personal	Sexo Edad Nivel educativo (máximo alcanzado) Orientación del título
Perfil Laboral	Cargo Antigüedad Carrera / Profesión Personal a cargo Responsabilidades
Empresa	Tipo de empresa (S.A. – S.R.L.) Cantidad de personal Antigüedad Ubicación Sedes / Sucursales Facturación Tamaño
Impuestos	Percepción Beneficios Ventajas Desventajas
Exportación	Destino Tiempo del circuito Producto Impuestos Trabas

	Tipos de estímulos que reciben Nivel de conocimiento de los estímulos Medio de transporte del producto Costo de transporte Precio de intercambio Tipo de cambio Derechos aduaneros que lo benefician Plazo de cobranza Forma de cobro Cantidad de exportaciones al año Mercado meta Seguros
--	--

 Técnicas e instrumentos de investigación:

-Entrevistas dirigidas a empresarios con el fin de conocer la situación actual de las empresas exportadoras de productos olivícolas.

-Análisis del contenido de la página web, con el fin de conocer como se presentan a nivel internacional.

CAPITULO 9: RESULTADOS

Análisis Comparativo:

	CASO A	CASO B
SIMILITUDES	Empresa familiar Única sede Ubicación Tipo de empresa (SA) Exportadora Notable baja de exportaciones en el año 2014 Principal producto: Aceituna	
DIFERENCIAS	-Poco personal -Orientada a la inversión en maquinarias -Sólo comercializa un producto -Antigüedad: 15 años	-Numeroso personal -Maquinaria anticuada -Comercializa más de un producto -Antigüedad: 21 años

CASO A

1. Perfil Personal:

- a. Sexo: Femenino
- b. Edad: 52 años
- c. Nivel educativo (máximo alcanzado): Universitario Completo
- d. Orientación del título: Docente

2. Perfil Laboral:

- a. Cargo: Presidente
- b. Antigüedad: 3 años
- c. Profesión: Comerciante
- d. Personal a cargo: 4 personas
- e. Responsabilidades: Trámites bancarios, gestión de créditos, gestión financiera, etc.

3. Empresa:

- a. Tipo de empresa: Sociedad Anónima
- b. Cantidad de personal: 10 empleados
- c. Antigüedad: 15 años
- d. Ubicación: Los Corralitos, Guaymallén
- e. Sedes / Sucursales: Ninguna
- f. Facturación: \$ 8.500.000 aprox. (mercado interno y externo 2014)
- g. Tamaño: Pyme
- h. Página Web: www.agroisme.com.ar

4. Cuestionario:

4.1. ¿Cuál es el resultado que dejó la campaña olivícola 2014?

La producción de materia prima fue muy escasa, la misma disminuyó con respecto al año 2013 en un 70%. Debido a esto, la producción de aceitunas en conserva se redujo considerablemente. Sin embargo, dado que la aceituna tenía buen tamaño y era poca, pudo ubicarse la mayor parte en el mercado interno, lo cual fue beneficioso ya que el precio de venta fue mayor y podíamos recuperar el IVA. El nivel de exportaciones bajó ya que el tipo de cambio del dólar no fue competitivo.

Los calibres grandes siempre tienen buen valor en el mercado interno y no así en el mercado externo. A valor dólar la tonelada de aceituna tuvo un buen precio. Por precio y por tamaño fue bueno vender en el mercado interno.

4.2. ¿Se han realizado los cuidados necesarios a los olivos para llegar a cosechar una producción potencial?

Si bien se ha realizado la mayor cantidad de cuidados posibles, en Mendoza los cultivos siguen siendo tradicionales con marco de plantación en general de 10x10 y riego a manta, lo cual no es para nada rentable, es un tema que requiere un cambio inminente. Creo que por este motivo se va a ir erradicando todo el olivo en la provincia. Es un cultivo muy lento y no se están realizando nuevas plantaciones. Es necesaria la reconversión en lo que es marco de plantación y riego por goteo.

4.3. ¿Qué tan competitiva ve a su empresa con respecto a las demás de la zona?

Una de las principales ventajas que tiene nuestra empresa con respecto a las de la zona es la inversión que realizamos continuamente en maquinarias. En lo que respecta a los últimos 4 años hemos adquirido de España, dos descarozadoras, una máquina selectora, una cinta transportadora, una rodajadora, una vibradora, un volcador de bidones y una bomba centrífuga. Esta es nuestra fortaleza y donde nos estamos afianzando.

4.4. ¿Qué productos ofrecen al mercado?

Aceitunas verdes y negras en conserva con carozos, descarozadas y rodajadas, fraccionadas en tambores de 180 kilos.

4.5. ¿Cree que el producto es competitivo en el mercado externo?

Realmente no es muy competitivo ya que el gobierno de España ofrece subsidios lo que hace que el precio de venta sea más atractivo para cualquier comprador. Además de ser el mayor productor de aceitunas de mesa del mundo.

Desde Brasil la demanda hacia Argentina es mucho menor debido a esa situación, y es muy difícil igualar el precio ya que los costos internos son muy elevados.

Si bien los márgenes de rentabilidad se han reducido, todavía se sigue vendiendo.

4.6. ¿Cuentan con beneficios impositivos? ¿Cuáles?

Nosotros no contamos con beneficios impositivos. Al contrario, los impuestos son una variable casi determinante en esta industria.

4.7. ¿Qué trabas a la exportación deben sobrellevar?

Algunas de las trabas son los cupos que se establecen con respecto a la cantidad de producto que se puede exportar, el aumento en los derechos de exportación y de todo tipo de aranceles de aquellos organismos conexos a la aduana.

4.8. ¿Cuál es el destino de sus exportaciones?

En un primer momento fue México, actualmente se exporta la mayor parte a Brasil y en un menor porcentaje a Chile.

4.9. ¿Qué tipo de cambio utilizan al realizar una exportación?

Se utiliza el tipo de cambio oficial del Banco de la Nación Argentina.

4.10. ¿Cuál es la situación de disponibilidad de los insumos industriales?

Nosotros, en general, no hemos tenido problemas con el suministro de los insumos industriales. Sólo el ácido clorhídrico de uso alimentario estuvo restringido un tiempo.

4.11. En cuanto al aumento de los costos ¿Cuáles son los más preocupantes?

El precio de la mayoría de los insumos industriales aumenta en función al aumento del dólar (bidones, soda cáustica, sal, ácido acético, ácido clorhídrico). Por otra parte, preocupa mucho la parte impositiva y el costo que representa cada empleado mensualmente.

4.12. ¿Cuánto demora el circuito de exportación desde que se despacha la mercadería hasta que se cobra?

Al momento de concretar la venta y confeccionar la orden de compra o pedido de suministros, se determina el plazo en que la misma será despachada. Una vez que la mercadería llega al cliente queda esperar su cobro.

Hay distintos tipos de operaciones de venta para el mercado externo, algunas son anticipadas, otras a 60 o 90 días pero por lo general, no se cumplen con las condiciones pactadas y la operación termina cobrándose a los 120 o 150 días.

4.13. ¿Qué cantidad de exportaciones realizan al año?

En el año 2014 se realizaron 15 operaciones de exportación contra 79 del año 2013.

4.14. ¿Qué tipo de estímulos a la exportación utilizan?

Los estímulos con los que contamos son reintegros de exportación, que por lo general demoran un año o más desde que se despacha la mercadería, recuperos de IVA, financiaciones y prefinanciaciones otorgadas por el Banco Macro y prefinanciaciones en pesos y dólares del Banco Nación.

4.15. ¿A qué cree que se debe la desaparición de empresas agroindustriales?

Principalmente creo que es porque la provincia no cuida las economías regionales. Los costos e impuestos son muy altos y el tipo de cambio no es competitivo. El gobierno está nivelando para abajo, lo que inevitablemente deriva en el atraso de estas actividades. Si no se cambian estas ideas no se va a poder retomar el camino de la competitividad.

4.16. ¿Cuál es el panorama exportador para el sector en 2015?

Por el momento no hay mucha demanda, estamos pasando por una situación de recesión. Vender a Brasil es más difícil ya que al estar devaluada su moneda, comprar en nuestro país les resulta más caro. Allí

es donde España toma ventaja gracias a los subsidios que reciben del gobierno, lo que les permite vender a un bajo costo, haciéndolos mucho más competitivos hacia todo el mercado mundial.

4.17. ¿A qué mercado meta aspiran?

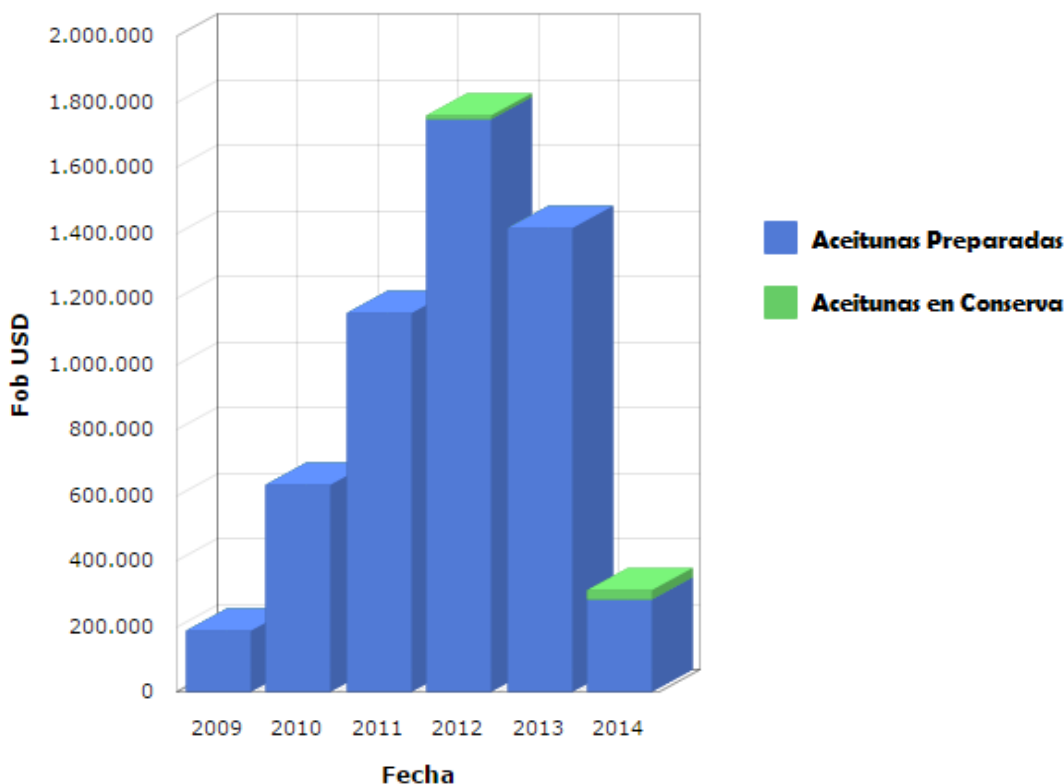
En realidad estamos en condiciones de vender a cualquier país donde el tipo de cambio resulte ser competitivo. Esa es la única restricción que tenemos por el momento. Nos gustaría poder ingresar más profundamente en Chile y llegar a otros países como Perú, México, Estados Unidos, etc.

Cuadro N° 6: Exportación Anual FOB dólares

Posiciones	Detalle	2009	2010	2011	2012	2013	2014
20.05.70.00	Aceitunas Preparadas	183.981	632.112	1.154.822	1.744.511	1.412.195	283.006
07.11.2	Aceitunas en Conserva				11.452		24.660
Total		183.981	632.112	1.154.822	1.755.963	1.412.195	307.666

Fuente: www.trade.nosis.com. Consultada 20/02/2015

Gráfico N° 12: Exportación Anual FOB dólares



Fuente: www.trade.nosis.com. Consultada 20/02/2015

CASO B

Empresa: Establecimiento Antonio Isgró y Cía.

Tipo de empresa: Sociedad Anónima

Cantidad de personal: 40/50 empleados

Antigüedad: 21 años

Ubicación: Los Corralitos, Guaymallén

Sedes / Sucursales: Ninguna

Facturación: \$ 20.000.000 aprox.

Tamaño: Pyme

Actividad Principal: Elaboración de hortalizas y legumbres deshidratadas o desecadas, preparación N.C.P. de hortalizas y legumbres.

Actividad Secundaria: Cultivo de tomate, cultivo de bulbos, raíces y hortalizas de fruto N.C.P.

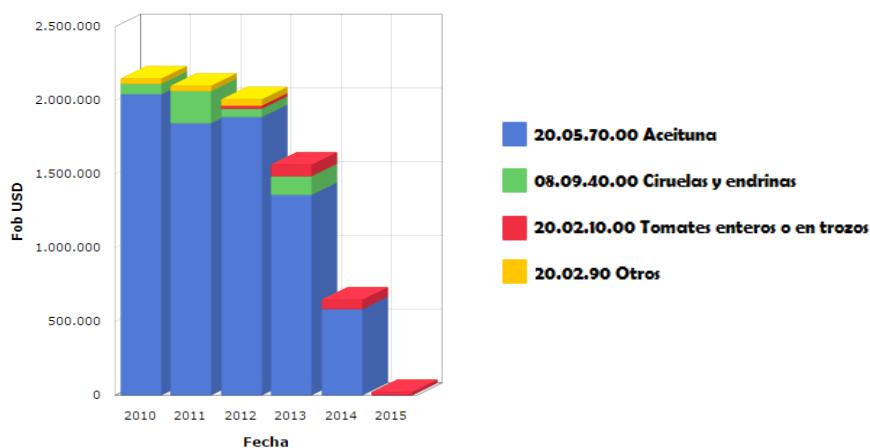
Perfil de comercialización: Productora, Exportadora e Importadora

Cuadro Nº 7: Exportación Anual FOB dólares

Posiciones	Detalle	2010	2011	2012	2013	2014	2015
20.05.70.00	Aceituna	2.039.363	1.842.796	1.883.928	1.360.302	586.939	
08.09.40.00	Ciruelas y endrinas	70.272	220.224	62.928	128.640		
20.02.10.00	Tomates enteros o en trozos			15.263	71.206	59.125	18.200
20.02.90	Otros	39.300	34.725	47.700			
Total		2.148.935	2.097.745	2.009.819	1.560.148	646.064	18.200

Fuente: www.trade.nosis.com. Consultada 20/02/2015

Gráfico Nº 13: Exportación Anual FOB dólares



Fuente: www.trade.nosis.com. Consultada 20/02/2015

Actualmente en concurso Preventivo. A continuación se realiza un resumen de los puntos más relevantes del expediente:

JUZGADOS DE PROCESOS CONCURSALES

EXPTE. N° 1.017.101 “ESTABLECIMIENTOS ANTONIO ISGRO Y CÍA S.A. P/ CONCURSO PREVENTIVO GRANDE”

Mendoza, 21 de marzo de 2014 solicita la apertura de su concurso preventivo.

La peticionante se dedica a la producción, elaboración y exportación de aceituna, tanto propia como de terceros.

Causas concretas de la situación patrimonial de Establecimientos Antonio Isgró y Cía S.A., se mencionan: a) político cambiario; b) quita del reintegro por exportaciones y trabas en la devolución del IVA; c) crisis de la industria aceitunera; d) alto costo financiero; e) retiro de la ayuda financiera y cierre de la mayoría de las cuentas corrientes con motivo de la actuación desleal de uno de los socios, incurso en responsabilidad societaria. Es suficiente para tener por acreditado el estado de cesación de pagos de Establecimientos Antonio Isgró y Cía. S.A. y corresponde declarar la apertura del concurso preventivo.

Se ha rediseñado el financiamiento de la Empresa a través de recursos genuinos de su actividad y acudir al remedio preventivo, le permitirá terminar de diseñar nuevas estrategias productivas, financieras, comerciales y tratamiento de la deuda.

CASO C (Sólo a modo de ejemplo)

Empresa: José Nucete e Hijos

Tipo de empresa: Sociedad Anónima

Cantidad de personal: 110/130 empleados

Antigüedad: 68 años

Ubicación: Aimogasta, La Rioja

Representantes: Ushuaia, Chubut, Santa Cruz, Río Negro, Neuquén, Bariloche, Bahía Blanca, Mar del Plata, Buenos Aires, Rosario, Santa Fé, Entre Ríos,

Corrientes, Chaco, Misiones, Formosa, Córdoba, Mendoza, San Luis, Catamarca, La Rioja, Tucumán, Salta, Jujuy, Santiago del Estero.

Facturación: \$20.000.000 / \$100.000.000

Actividad: Arboleda de aceitunas

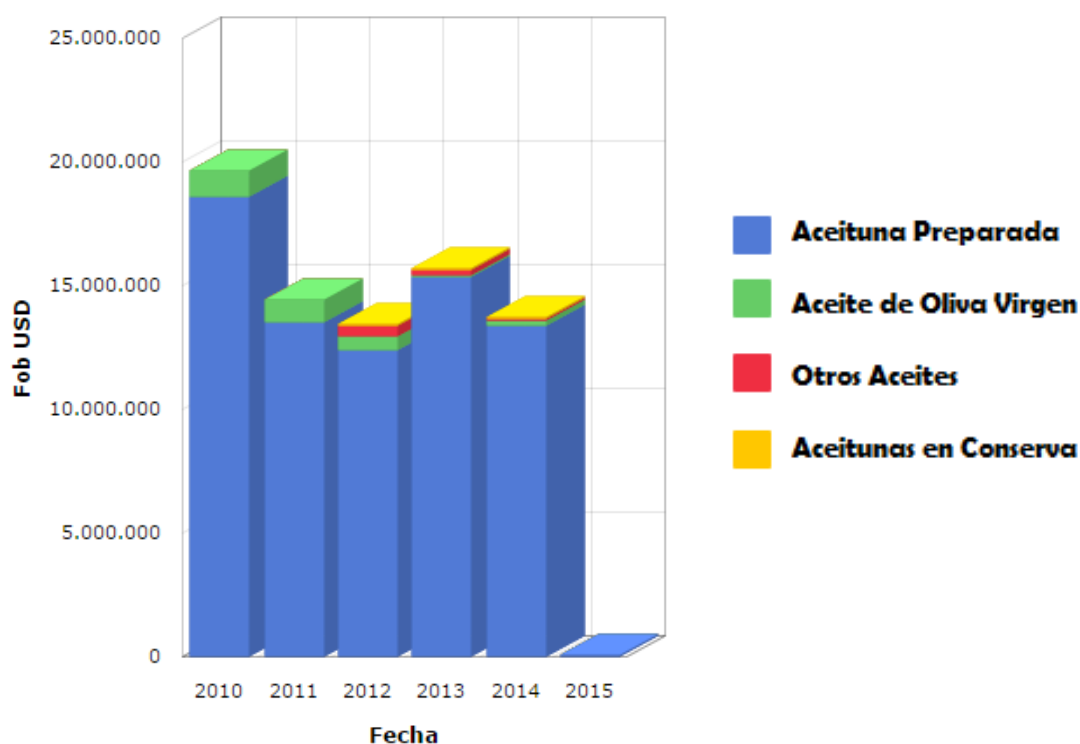
Perfil de comercialización: Exportadora e Importadora

Cuadro Nº 8: Exportación Anual FOB dólares

Posiciones	Detalle	2010	2011	2012	2013	2014	2015
20.05.70.00	Aceituna Preparada	18.616.169	13.541.234	12.383.602	15.341.665	13.377.195	72.920
15.09.10.00	Aceite de Oliva Virgen	1.065.014	893.202	573.258	96.623	200.196	
15.09.9	Otros Aceites			412.000	170.000	119.500	
07.11.2	Aceituna en Conserva			88.546	109.566	67.831	
Total		19.681.183	14.434.436	13.457.406	15.717.854	13.764.722	72.920

Fuente: www.trade.nosis.com. Consultada 20/02/2015

Gráfico Nº 14: Exportación Anual FOB dólares



Fuente: www.trade.nosis.com. Consultada 20/02/2015

28 de Junio de 2012: “Cerró la Agro Aceitunera más importante de La Rioja, del grupo Nucete”

Debido a las trabas a las exportaciones argentinas impuestas por Brasil; más de 500 trabajadores quedaron sin empleo. Nucete es una empresa con un perfil netamente exportador. El 75% de sus exportaciones van a Brasil.

El principal elaborador de aceituna es España, que con la crisis que hay permanentemente baja los precios. Todo el mercado de EE.UU. se ha perdido porque no dan los costos. España vende a 6,50 dólares la caja de doce frascos y Nucete a más de 8 dólares. Todo el sector olivícola del país está en situación de crisis.

La industria estaba prácticamente paralizada, castigada por los problemas de competitividad y el cierre del comercio con Brasil.

Palabras del empresario José Nucete, dueño de la firma:

“La política económica que encabeza el gobierno está destrozando las economías regionales”.

“La inflación es lo que mata a un país. La inflación que hay en el país es la similar a la que hay en el peor país de África”.

“No damos abasto de pagar sueldos y todo lo que la AFIP nos exige pagar”.

En su experiencia como empresario, agregó que jamás vivió “un momento como éste. En una Argentina tan rica, dan ganas de llorar. Conozco mucho mundo y sé que la Argentina da para mucho más”.

CONCLUSIONES

Este trabajo pretende brindar un panorama sobre la situación actual por la que transitan las economías regionales de nuestro país. Principalmente el estudio está basado en las pymes olivícolas exportadoras de Mendoza. Las dificultades, que parecían acotarse a sectores muy dependientes de negocios con el exterior, alcanzaron también a los que venían sostenidos por la tracción del mercado interno. Hay circunstancias propias de la economía y de la política argentina, que afectan el desempeño de estas actividades.

Los objetivos del trabajo se cumplieron al 100% con respecto a la búsqueda de información y acrecentamiento de los conocimientos de esta riquísima industria; pero a la hora de realizar las entrevistas, las mismas no pudieron completarse como se deseaban. Sin embargo creo que cada una de las personas que lo lea podrá rescatar la idea principal del mismo.

La olivicultura argentina está transitando un camino donde se diferencian claramente dos caras: por una parte, hay una revalorización del producto que se vislumbra en el desarrollo del mercado y por otra, las fuertes amenazas a la producción nacional desde el sector externo y ciertas inequidades en el mercado nacional, más que nada impositivas.

Es necesario implementar estrategias para atraer a inversores y para lograr un mayor posicionamiento a nivel mundial, con planes de acción, de promoción y de posicionamiento de nuestros productos en los mercados internacionales a largo plazo. Empezar a plantear políticas a largo plazo para que nuestros productos sean conocidos en los mercados internacionales por su valor, su calidad y no simplemente que aparezcan o desaparezcan de los mercados por situaciones macro económicas.

En cuanto a la producción mendocina, en el año 2014 hubo una merma de un 70% con respecto al año anterior. Menor producción, caída en los precios, suba de costos y un escenario internacional volátil complican a los productores olivícolas. Todo parece indicar que los productores de aceituna de la provincia no

serán la excepción en la lista de los afectados por la crisis internacional y de la agricultura mendocina en particular.

El olivo requiere de insumos para mantenerlo, producir y darle continuidad. Lleva muchos años y hay que invertir en ello. Hoy por hoy, los costos de los insumos, de cosecha, de riego, de curaciones y mantenimiento perjudican al productor.

Lo expuesto alcanza para evidenciar que se está nivelando hacia abajo, lo que inevitablemente derivará en el atraso de actividades y sociedades prósperas. Si no se cambia el sentido de las ideas, no podremos retomar el camino de la competitividad. Porque el problema de competitividad no va a resolverse sólo bajando costos y mejorando el tipo de cambio. Se va a resolver cuando decidamos nivelar hacia arriba. Incluyendo a los excluidos con ingresos que sean fruto del trabajo genuino, sustentado en la creación de riqueza y en el progreso.

Para la industria olivícola existe un desafío que se divide en dos partes. Primero quedan años duros durante los cuales deberá superar esta coyuntura de baja producción en base a reingenierías financieras e innovación tecnológica que permitan una mayor producción. Por otra parte, deberá lograr equilibrar los subsidios que lo perjudican a nivel internacional desde la comunidad económica europea y los subsidios nacionales. Esto sólo lo podrá llevar a cabo con el apoyo de los distintos estamentos gubernamentales a nivel nacional e internacional en el orden de tratados como el Mercosur, que permiten que se solucionen o moderen este tipo de injusticias.

Para aquellos que puedan sortear estos problemas, la oportunidad es la de un mercado pujante, en crecimiento, con un producto excelente y noble que, bajo ciertas condiciones, tiene capacidad de crecer enormemente y generar una oferta exportable muy importante. La industria se prepara para todo esto, no va a ser simple, pero el desafío está planteado.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Libros

- 🌿 Balán, Osvaldo, (2011), "*La Actividad Agropecuaria*", Editorial La Ley.
- 🌿 Barranco D., Fernández Escobar R., Rallo, L., (2001), "*El Cultivo del Olivo*", Madrid-España, Ediciones Mundi-Prensa.
- 🌿 Consejo Oleícola Internacional, (2000), "*Catálogo Mundial de Variedades de Olivo*", Madrid-España, 1ra Edición.
- 🌿 Esprazzato, Carlos, (2008), "*Apuntes de Olivicultura*", Mendoza-Argentina, 1ra Edición.
- 🌿 Fundación IDR, (2010), "*Censo Frutícola Provincial 2010*", Mendoza-Argentina.
- 🌿 Revista "*Campo Andino*", Año IV N° 17 (Noviembre-Diciembre 2012), Godoy Cruz-Mendoza.
- 🌿 Sbriglio, Ernesto, (2001), "*El Comercio Internacional*", Editorial Prentice Hall.

Sitos Web

- 🌿 www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/132-world-table-olive-figures?lang=es_ES (Visto: 06/09/2014)
- 🌿 www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures (Visto: 06/09/2014)
- 🌿 www.asesa.es/content/datos_generales_del_sector (Visto: 22/05/2015)
- 🌿 www.ieral.org/images_db/noticias_archivos/2757-Cadena%20oliv%C3%ADcola.pdf. (Visto:10/05/2015)
- 🌿 <http://www.cuencarural.com/frutihorticultura/frutihorticultura/65371-preocupa-la-baja-produccion-por-hectarea-en-olivares/> (Visto: 10/08/2014)
- 🌿 www.idr.org.ar/wp-content/uploads/2012/03/Olivo-informe-final-2012.pdf. (Visto: 18/08/2014)
- 🌿 www.argoliva.com.ar/olivicultura_sanjuan.php (Visto: 18/08/2014)
- 🌿 www.sinavimo.gov.ar/cultivo/olivo (Visto: 17/02/2015)
- 🌿 www.web.archive.org/web/20110928072951/http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/revistas/r_29/cadenas/aceite_oliva.htm (Visto: 17/02/2015)

- 🌿 www.mondoliva.com/blog/regiones-olivícolas-argentinas.html (Visto: 17/02/2015)
- 🌿 www.prensa.argentina.ar/2012/02/16/28230-olivo-el-cultivo-con-mayor-crecimiento-en-argentina.php (Visto: 22/08/2014)
- 🌿 www.cfired.org.ar (Visto: 27/08/2014)
- 🌿 www.idr.org.ar/wp-content/uploads/2012/02/publicacion_censo2.pdf (Visto: 29/09/2014)
- 🌿 www.fundarweb.org.ar/fundacion/attachments/069_Producci%C3%B3n%20Oliv%C3%ADcola%20FINAL.pdf (Visto: 20/09/2014)
- 🌿 www.ruralarg.org.ar (Visto: 13/12/2014)
- 🌿 www.atm.mendoza.gov.ar/portaldgr/porta/impuestos/impuestos_sellos_tasa_justicia.jsp (Visto: 24/05/2015)
- 🌿 www.afip.gov.ar/institucional/afipSimulada/archivos/secuenciaDidactica/7%20Tributos%20aduaneros%20y%20est%C3%ADmulos%20a%20la%20exportaci%C3%B3n.pdf (Visto: 30/07/2014)
- 🌿 www.afip.gob.ar/genericos/documentos/ManualPymes.pdf (Visto: 30/07/2014)
- 🌿 www.proargex.gov.ar/index.php/servicios/info-comercial/40-estimulos-a-las-exportaciones (Visto: 31/07/2014)
- 🌿 www.idr.org.ar/wp-content/uploads/2014/05/2014-04-03-Primer-panorama-agr%C3%ADcola-2014.pdf (Visto: 10/05/2015)
- 🌿 www.idr.org.ar/wp-content/uploads/2013/12/Tercer-panorama-agr%C3%ADcola-2013-1.pdf (Visto: 04/09/2014)
- 🌿 www.bice.com.ar/sp/contenidos/contenidos.asp?id=72. (Visto: 27/06/2014)
- 🌿 www.gestiopolis.com/economia/tipo-de-cambio-y-tasa-de-cambio-para-el-exportador.htm (Visto: 10/09/2014)
- 🌿 www.agroindustria.mendoza.gov.ar (Visto: 19/10/2014)
- 🌿 www.ftyc.gob.ar/ (Visto: 17/10/2014)
- 🌿 www.industria.gob.ar/fonapyme/ (Visto: 19/10/2014)
- 🌿 www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/44911/texact.htm. Ley de Impuesto a las ganancias (Visto: 01/09/2014)
- 🌿 www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/16536/texact.htm. Código Aduanero (Visto: 25/07/2014)
- 🌿 www.archivo.losandes.com.ar/notas/2014/5/25/devaluacion-inflacion-acabo-competitividad-para-exportadores-787447.asp (Visto: 12/09/2014)

- 🌿 www.infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/42701/texact.htm. Ley de IVA (Visto: 03/09/2014)
- 🌿 www.internationaloliveoil.org/?!lang=es_ES (Visto: 06/09/2014)
- 🌿 www.portalolivicola.com (Visto: 21/08/2014)
- 🌿 www.losandes.com.ar (Visto: 28/05/2014)

ANEXO I: PLANILLA DE ALÍCUOTAS DEL IMPUESTO SOBRE LOS INGRESOS BRUTOS (ACTIVIDAD AGRÍCOLA)

Código	Nota	Alícuota	Actividad
		2 %	1. AGRICULTURA, CAZA, SILVICULTURA Y PESCA
111112	(1)		CRIA DE GANADO BOVINO
111120	(1)		INVERNADA DE GANADO BOVINO
111139	(1)		CRIA DE ANIM. DE PEDIGREE EXCP. EQUINO.CABAÑAS
111147	(1)		CRIA DE GANADO EQUINO. HARAS
111155	(1)		PRODUCCION DE LECHE. TAMBOS
111163	(1)		CRIA DE GANADO OVINO Y SU EXPLOTACION LANERA
111171	(1)		CRIA DE GANADO PORCINO
111198			CRIA DE ANIM. DESTINADOS A PRODUC. PIELES
111201	(1)		CRIA DE AVES PARA PRODUCCION DE CARNES
111228	(1)		CRIA Y EXPLOT. AVES PARA PROD. DE HUEVOS
111236	(1)		APICULTURA
111243	(1)		PRODUCCION CUNICOLA
111244	(1)		CRIA Y EXPLOTACION DE ANIMALES NO CLASIFICADO
111252	(1)		CULTIVO DE VID
111260	(1)		CULTIVO DE CITRICOS
111279	(1)		CULTIVO DE MANZANAS Y PERAS
111280	(1)		CULTIVO DE DURAZNOS DAMASCOS Y CIRUELAS
111287	(1)		CULTIVO DE FRUTALES NO CLASIF. EN OTRA PARTE
111295	(1)		PRODUCCION DE OLIVOS
111296	(1)		CULTIVO DE NOGALES Y PLANTAS DE FRUTOS AFINES
111317	(1)		CULTIVO DE SOJA
111325	(1)		CULTIVO DE CEREALES - OLEAGINOSAS Y FORRAJERAS
111333	(1)		CULTIVO DE algodón
111341			CULTIVO DE CAÑA DE AZUCAR/ CAFE/TE/YERBA MATE Y TUNG
111376			CULTIVO DE TABACO
111384	(1)		CULTIVO DE PAPAS/BATATAS/ ZANAHORIAS Y REMOLACHAS
111392	(1)		CULTIVO DE TOMATE
111393	(1)		CULTIVO DE AJO Y CEBOLLA

Código	Nota	Alícuota	Actividad
111394	(1)		CULTIVO DE PIMIENTOS ESPARRAGOS Y ALCAHUCILES
111406	(1)		CULTIVOS DE HORTALIZAS Y LEGUMBRES NO CLAS. EN OTRA PARTE
111414	(1)		CULTIVO DE FLORES Y PLANTAS DE ORNAMENTACION
111480	(1)		CULTIVO DE SEMILLAS - VIVEROS E INVERNADEROS
111481	(1)		CULTIVOS NO CLASIFICADOS EN OTRA PARTE
112011		4,00%	FUMIGACION. ASPERSION
112038		4,00%	ROTURACION Y SIEMBRA
112046		4,00%	COSECHA Y RECOLECCION
112054		4,00%	SERVICIOS AGROPECUARIOS NO CLASIFICADOS EN OTRA PARTE
113018			CAZA ORDINARIA Y MEDIANTE TRAMPA
113020	(1)		REPOBLACION DE ANIMALES
121010	(1)		EXPLOT.BOSQUES EXCP.PLANTAC
121029	(1)		FORESTACION (PLANTACION). REPOBL. Y CONSERV. BOSQUE
121037		4,00%	SERVICIOS FORESTALES
122017			CORTE. DESBASTES DE TRONCOS Y MADERA EN BRUTO
130109			PESCA DE ALTURA Y COSTERA(MARITIMA)
130206	(1)		PESCA FLUVIAL

(1)Tasa cero para los contribuyentes que desarrollen las actividades previstas en la Planilla Analítica del Impuesto sobre los Ingresos Brutos Anexa al artículo 3º, en la medida en que cumplan lo previsto en el artículo 185º inciso x) del Código Fiscal.

ANEXO II: MODELO DE ENTREVISTA

ENTREVISTA

5. Perfil Personal:

- e. Sexo:
- f. Edad:
- g. Nivel educativo (máximo alcanzado):
- h. Orientación del título:

6. Perfil Laboral:

- f. Cargo:
- g. Antigüedad:
- h. Profesión:
- i. Personal a cargo:
- j. Responsabilidades:

7. Empresa:

- i. Tipo de empresa:
- j. Cantidad de personal:
- k. Antigüedad:
- l. Ubicación:
- m. Sedes / Sucursales:
- n. Facturación:
- o. Tamaño:
- p. Página Web:

8. Cuestionario:

¿Cuál es el resultado que dejó la campaña olivícola 2014?

¿Se han realizado los cuidados necesarios a los olivos para llegar a cosechar una producción potencial?

¿Qué tan competitiva ve a su empresa con respecto a las demás de la zona?

¿Qué productos ofrecen al mercado?

¿Cree que el producto es competitivo en el mercado externo?

¿Cuentan con beneficios impositivos? ¿Cuáles?

¿Qué trabas a la exportación deben sobrellevar?

¿Cuál es el destino de sus exportaciones?

¿Qué tipo de cambio utilizan al realizar una exportación?

¿Cuál es la situación de disponibilidad de los insumos industriales?

En cuanto al aumento de los costos ¿Cuáles son los más preocupantes?

¿Cuánto demora el circuito de exportación desde que se despacha la mercadería hasta que se cobra?

¿Qué cantidad de exportaciones realizan al año?

¿Qué tipo de estímulos a la exportación utilizan?

¿A qué cree que se debe la desaparición de empresas agroindustriales?

¿Cuál es el panorama exportador para el sector en 2015?

¿A qué mercado meta aspiran?