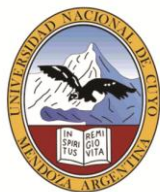


LIMITACIONES Y OPORTUNIDADES A LA EXPORTACION REGIONAL



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

FCE
FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS

CARRERA: C.P.N.

LIMITACIONES Y OPORTUNIDADES A LA EXPORTACIÓN REGIONAL

Trabajo de Investigación

POR

Fabio Gabriel Segreti
Hernán Franco Liria

Profesor Tutor

María Cecilia Marín

San Rafael, Mendoza - Año 2012



ÍNDICE

| | |
|---------------------------|---|
| INTRODUCCIÓN | 6 |
|---------------------------|---|

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES SOBRE EL COMERCIO EXTERIOR

| | |
|---|----|
| 1. Definiciones básicas | 8 |
| 1.1. Comercio internacional | 8 |
| 1.2. Exportación..... | 8 |
| 1.3. Información, estrategias y planificación | 8 |
| 2. Información, estrategias y planificación | 8 |
| 3. Plan de negocios de exportación | 11 |
| 3.1. Claves para el armado de un plan de negocios de exportación | 11 |
| 3.2. Contenido de un plan de negocios..... | 12 |
| 4. Definición de pymes en el comercio exterior..... | 12 |
| 5. Las exportaciones argentinas | 13 |
| 5.1. Antecedentes de la evolución de las exportaciones de la Argentina durante las últimas dos décadas | 14 |
| 5.2. Análisis de las exportaciones argentinas desde el año 2000..... | 15 |

CAPÍTULO II

LIMITACIONES A LA EXPORTACIÓN

| | |
|---|----|
| 1. Pautas a tener en cuenta para exportar un producto | 16 |
| 1.1. Inscripción como exportador..... | 16 |
| 1.2. Clasificación arancelaria | 18 |
| 1.3. Tratamiento tributario..... | 18 |
| 1.4. Las exportaciones ante el Impuesto al Valor Agregado y el Impuesto a los Ingresos Brutos..... | 19 |
| 1.5. Operatoria aduanera: intervención del despachante de aduana | 20 |

| | |
|---|----|
| 1.6. Documentación a entregar para cumplimentar la operación de exportación: Factura “E” Electrónica | 21 |
| 2. Reintegros de exportación | 21 |
| 3. Relevamiento de instrumentos para restringir y prohibir las exportaciones..... | 24 |
| 4. la calidad como barrera a la exportación..... | 25 |
| 5. Marketing internacional..... | 26 |
| 6. Comercio y cambio climático | 26 |

CAPÍTULO III

OPORTUNIDADES PARA LA EXPORTACIÓN

| | |
|---|----|
| 1. Coyuntura socio-económica..... | 28 |
| 1.1. Ubicación estratégica de Mendoza en la región..... | 28 |
| 1.2. Ventajas competitivas | 29 |
| 2. La información como factor clave..... | 29 |
| 3. Incentivos y beneficios | 30 |
| 3.1. Programas vinculados con la asistencia financiera | 31 |
| 3.2. Programas vinculados con la asistencia técnica | 32 |
| 3.3. Alternativas de Financiamiento para Empresas Exportadoras | 33 |
| 3.4. Programas de exportación..... | 33 |
| 4. Tips para exportar..... | 35 |
| 5. Modos de cobrar una exportación..... | 36 |
| 5.1. Carta de crédito: | 37 |
| 5.2. Cobranza:..... | 38 |
| 5.3. Orden de pago:..... | 38 |
| 6. Incentivos promocionales al exportador..... | 39 |
| 7. Crisis: Limitaciones a convertir en oportunidades | 39 |

CAPÍTULO IV

INTERCAMBIO DE OPINIONES SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LAS PYMES EXPORTADORAS

| | |
|---|----|
| 1. Intercambio de opiniones..... | 40 |
| 2. Errores habituales a la hora de exportar | 45 |

CAPÍTULO V**ANÁLISIS DE LA REALIDAD REGIONAL**

| | |
|---|-----------|
| 1. Exportaciones de ciruela desecada | 48 |
| 1.1. Exportaciones de ciruela seca | 48 |
| 1.2. Situación actual del sector ciruelero:..... | 50 |
| 1.3. Comité de exportadores de ciruela de Mendoza | 51 |
| 2. Exportaciones de frutas frescas..... | 53 |
| 2.1. Exportaciones de peras | 53 |
| 2.2. Exportaciones de duraznos | 56 |
| 2.3. Reconocimiento de E.E.U.U. como libre de mosca de los frutos a los oasis del centro y sur de Mendoza..... | 57 |
| 3. Exportaciones de hortalizas | 59 |
| 3.1. Exportaciones de ajo | 61 |
| 3.2. Cultivo de cebolla | 63 |
| 4. Exportaciones de aceite de oliva | 67 |
| 4.1. Posibles soluciones | 70 |
| 4.2. Asociación olivícola de Mendoza (ASOLMEN)..... | 70 |
| 5. Exportaciones de vinos..... | 72 |
| 5.1. Composición del sector en Mendoza | 72 |
| 5.2. Ventajas competitivas | 73 |
| 5.3. Pérdida de competitividad..... | 73 |
| 5.4. La alternativa del granel..... | 75 |
| 5.5. Panorama futuro | 75 |
| 5.6. Servicios de Fundación ProMendoza..... | 77 |
| CONCLUSIÓN..... | 78 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 82 |
| ANEXOS | |
| Anexo A: Claves para el armado de un plan de negocios de exportación..... | 87 |
| Anexo B: Normativa vigente consultada | 90 |
| Anexo C: Alternativas de financiamiento para empresas exportadoras | 119 |
| Anexo D: Mario Bustos Carra: “la palabra rentabilidad ya se perdió hace mucho tiempo”..... | 122 |



INTRODUCCIÓN

En los años posteriores a la crisis del 2001, las empresas han tenido un crecimiento productivo prolongado motivado fundamentalmente por el cambio del contexto macroeconómico que atravesó el país en el mismo año.

La última década ha sido testigo de cambios muy profundos en las relaciones comerciales entre los distintos países del mundo. El aumento del comercio mundial ha sido acompañado por el crecimiento de los movimientos financieros y de las inversiones extranjeras directas, y también ha estado correlacionado positivamente con la mayor apertura de las economías, en particular de los países en desarrollo.

La Argentina se sumó a esta corriente internacional iniciando, a partir de 1991, una apertura de tipo unilateral que eliminó gran parte de las restricciones vinculadas al comercio exterior. En este contexto, se produjo la rebaja de los aranceles a la importación y un progresivo desarme de regulaciones, barreras y trabas al comercio en general, como los cupos, los derechos específicos y los derechos a la exportación.

Se revisó la bibliografía existente sobre el tema y se evidenció la necesidad de trabajar considerando una combinación de todos aquellos factores que pueden restringir o limitar la actividad de exportación y todos aquellos que la afectan favorablemente, ya que existen estudios teóricos que analizan dichos temas pero lo hacen de manera particular a uno o algunos factores analizados pero no en su conjunto. A través de dicha metodología se logra brindar una visión más completa de la temática abordada para que pueda resultar de mayor utilidad a aquellas empresas que se dedican a exportar o que pretenden hacerlo, en especial para las pymes, que son las que en definitiva se encuentran mayormente afectadas por dicha realidad.

Respecto del universo a partir del cual se analizaron los efectos, la atención se centró en los distintos mecanismos y restricciones que pueden impactar sobre las diferentes empresas que se dedican a exportar pero particularmente sobre las pequeñas y medianas Empresas de la región que están vinculadas con el comercio internacional, y que constituyen generalmente el motor del crecimiento de una economía.

El presente trabajo tiene por objetivo general, por un lado relevar y describir los distintos factores e instrumentos de limitación parcial o total de las exportaciones que se usan en la actualidad, o que hayan sido aplicados con cierta frecuencia en la última década, y por otro lado compilar los instrumentos y programas ofrecidos por organismos públicos de

orden nacional y las distintas formas asociativas, que tengan por fin promover la exportación de bienes producidos en la región.

Las hipótesis planteadas para la problemática analizada están vinculadas con la escasa disposición de conocimiento, información, e infraestructura que poseen las pymes y que no les permite acceder a los mercados internacionales; la rigurosidad en los trámites y la presión impositiva que dificultan el comercio internacional; la falta de medidas de promoción y de un asesoramiento por parte del Estado, adecuados a las necesidades de los pequeños empresarios; y por último las preferencias de orientación de las empresas que poseen una insuficiente capacidad operativa hacia el mercado interno en el caso de un aumento de la demanda interna.

Así, el presente trabajo se encuentra dividido en cinco principales capítulos. En el capítulo primero se expone una visión general del proceso de exportación, su evolución y tendencias durante los últimos años. En el capítulo segundo se analiza con profundidad las exigencias y demás restricciones que pueden tener injerencia al momento de iniciarse como exportador o de mantener tal condición. Luego en el capítulo tercero se exponen todos aquellos mecanismos y programas que favorecen a los exportadores y en especial a las pymes. En el capítulo cuarto se realiza una compilación de los resultados obtenidos en distintas investigaciones realizadas por diversos organismos sobre los factores que afectan principalmente a las exportaciones de las pymes tanto desde el punto de vista positivo como negativo. Por último, el capítulo quinto describe la realidad que atraviesan las pequeñas y medianas empresas de la zona sur de la provincia de Mendoza en relación con la exportación de sus productos, analizando principalmente las causales que influyen en mayor medida en las cantidades que dicho sector vende al exterior del país. Además se presentan cuatro anexos en los cuales se expone toda aquella información de relevancia que está vinculada al presente trabajo.



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES SOBRE EL COMERCIO EXTERIOR

1. DEFINICIONES BÁSICAS

1.1. Comercio internacional

Se define como comercio internacional o mundial, al intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas. Las economías que participan del comercio exterior se denominan economías abiertas.

1.2. Exportación

Se denomina exportación a la extracción de cualquier mercadería de un territorio aduanero.

El Código Aduanero define este término como la parte del ámbito “terrestre, acuático y aéreo sometido a la soberanía de la Nación Argentina, en la que se aplica un mismo sistema arancelario y de prohibiciones de carácter económico a las importaciones y a las exportaciones”. Y se entiende por mercadería a todo bien susceptible de ser exportado.

2. INFORMACIÓN, ESTRATEGIAS Y PLANIFICACIÓN

La experiencia dice que esa decisión de exportar es motivada, en la gran mayoría de los casos, por variables “disparadoras”, las cuales el empresario cree que son las ideales para exportar, independientemente de que luego la realidad le ratifique o rectifique estas creencias. Estas variables, conocidas como las 6 “C” son:

- Costos
- Calidad
- Cantidad remanente por caída de mercado interno
- Capacidad ociosa
- Competencia
- Crecimiento interno.

Ampliando lo dicho anteriormente, Pablo Furnari dice, que se debería realizar un diagnóstico de la empresa en cuanto a:

- Ambiente interno de la empresa: Tamaño, antigüedad, tecnología, competencia, estructura de costos, y capacidad disponible de producción.
- Ambiente interno nacional: Estabilidad política y económica, reglas de juego, estructura comercial, infraestructura de servicios (depósitos, puertos, transporte, comunicaciones), disposiciones internas, y requisitos impositivos y legales.
- Ambiente externo internacional: acuerdos bilaterales, acuerdos de integración multilateral, restricciones arancelarias, países competidores, y reglamentaciones para el ingreso.

Una vez que se tiene claridad sobre la situación de la empresa, es importante identificar cuáles serán los productos que van a entregar al mercado internacional. Para determinar los productos que la empresa va a ofrecer, es importante que se realice una evaluación de las siguientes dimensiones que podrían generar inconvenientes:

- Capacidad física: Se trata de identificar cuál es el nivel y el tipo de ociosidad en la capacidad productiva de la empresa. Si la empresa trabaja a plena capacidad, no dispone de producción para atender una demanda adicional. En este caso, si quiere exportar, tiene dos alternativas en el corto plazo: subcontratar esa producción adicional con otra empresa, o reducir la oferta en el mercado interno.

Si la empresa tiene capacidad ociosa, hay que determinar si ésta es coyuntural o estructural. Es coyuntural cuando se da por una crisis o recesión en el mercado interno, por un comportamiento estacional o atípico del mercado. Es estructural, en cambio, cuando se origina por un error de dimensionamiento de la planta, problemas de tecnología, etc.

- Capacidad económica: Para reducir los costos de exportación, existen las siguientes alternativas:

- Costeo directo: Utilizando un sistema de costos que considere únicamente los costos variables, haciendo que los costos fijos sean absorbidos por el mercado interno.
- Incentivos fiscales: Aprovechar los incentivos fiscales, que son en definitiva incentivos financieros para promover las exportaciones por parte del gobierno.

- Capacidad administrativa: La actividad de exportación debe estar a cargo de personas especializadas, con conocimientos en investigación y desarrollo de mercados internacionales, costos, precios, transporte internacional, embalaje, seguros, bancos, cartas de crédito y todo lo relacionado a la operatoria aduanera.

- Capacidad financiera: La empresa que quiera exportar debe contar con recursos financieros para formular e implementar una estrategia de comercialización internacional. Debe considerarse que los plazos en el comercio internacional en general son más amplios que los de las ventas en el mercado interno.

Desde ya que no siempre todas las variables mencionadas se presentan en ese estado de situación en una misma empresa, pero el solo hecho de contar con una, anima al empresario pyme en la búsqueda de la exportación.

Ahora bien, muchas veces el empresario manifiesta el hecho de querer exportar pero no tiene muy en claro cómo hacer llegar su producto a un potencial comprador.

En este sentido el empresario deberá saber que en la comercialización internacional existe lo que se llaman “estrategias de inserción”. Estas estrategias según el punto de vista de Pablo Furnari están divididas en dos grandes grupos; las primarias y las secundarias. Dentro de las primarias tenemos las que por sus características revierten un carácter más convencional. Estas son: la exportación propiamente dicha, la transferencia de tecnología y la inversión directa en el exterior. Dentro del segundo grupo (secundarias), al cual podríamos clasificar como estrategias no convencionales, tenemos; el countertrade o intercambio compensado, el joint-venture, la subcontratación y el franchising, entre otros. Como podrá apreciarse no hay una única forma de hacer llegar un producto al exterior.

La exportación tradicional es solo una de las estrategias de venta al exterior. La misma, como se conoce convencionalmente, está compuesta fundamentalmente por tres etapas: producción, comercialización y logística. Dependiendo de quién ejecuta cada una (si es la misma empresa o un tercero) dependerá lo que se denominan “métodos de exportación”. Los mismos se pueden clasificar en directo, indirecto o mixto. Se dice que es directo cuando las tres etapas son ejecutadas por la misma empresa. Por regla general son las grandes empresas las que pueden utilizar este método. En cambio es indirecto o mixto aquel por el cual al menos una de las etapas (en especial comercialización y/o logística) es llevada a cabo por una empresa distinta a la productora ya sea por la intervención de una trading, brokers, forwarders, etc. Tal vez este sea el método más conveniente para una pyme. Por último tenemos el método “asociativo o cooperativo”, lo que más comúnmente se conoce como Consorcios de Exportación, que además de ser un método más que viable es una herramienta que ha traído muy buenos resultados en muchos proyectos establecidos en nuestro país.

Una vez conocidas las estrategias, los métodos y una vez explicado el escenario ante el cual interactuará el potencial exportador, se puede comenzar con la primera parte del proceso de exportación.

El proceso de una exportación comienza con algo fundamental para cualquier tipo de negocio, que es la “Búsqueda de Información”. Esto es lo primero con lo que debe contar una empresa. Esa búsqueda de información, suponiendo que el empresario será quien se encargue de su recopilación, se manifestará en dos campos: investigación informal e investigación formal. En cuanto a la informal, es la que se realiza utilizando algunas fuentes

de información de fácil acceso que podrán estar en el mismo país al cual queremos exportar y también en nuestro país. En caso de carecer del dato respecto a qué país orientar la investigación, esa información es generada por alguna fuente local. Entre las más comunes a las cuales el exportador debe acudir están las oficinas comerciales argentinas en el exterior, las oficinas comerciales extranjeras en nuestro país, las embajadas, las fundaciones públicas y privadas, los organismos de promoción públicos y privados, las cámaras (nacionales, binacionales, sectoriales, regionales y de comercio), las universidades, los directorios de empresas, los bancos, las revistas especializadas, etc. Desde ya Internet es la fuente de información por excelencia generadora de muchos de los datos de los ítems anteriores. En cuanto a la investigación “formal”, comúnmente relacionada con la “investigación de mercado” es aquella que se realiza con un criterio más profesional en cuanto a su elaboración.

Luego de obtener información con dicha investigación de algunos potenciales compradores, se realizarán los ajustes técnicos necesarios de adaptación del producto, de folletos, página web, determinación del precio de exportación, análisis logístico, etc.

A continuación, el empresario se pondrá en contacto con los posibles compradores y del mismo recibirán una solicitud de cotización, la cual deberá ser confeccionada en forma precisa conteniendo entre otros, los siguientes puntos: denominación de la mercadería (comercial y técnica), precio y cláusula de venta, posición arancelaria, cantidad máxima por período de tiempo, tiempo de entrega, unidad de producto por envase y/o embalaje, peso y dimensiones, instrumento de cobro y posibles financiaciones, validez de la oferta, etc. Hay que recordar que esta cotización contra aceptación compromete al oferente a cumplirla. Por eso deberá ser tomada con la mayor seriedad y profesionalismo posible. (Furnari, Pablo, 2005)

Lo descripto anteriormente es la primera parte a seguir después de haber tomado la decisión de exportar. Esto está asociado a ajustes, aprendizaje y a un tiempo considerable que puede llevar llegar hasta aquí. Las etapas posteriores se irán describiendo durante el resto del desarrollo del presente trabajo.

3. PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN

3.1. Claves para el armado de un plan de negocios de exportación

En la actualidad, insertar en forma exitosa un producto en un mercado externo conlleva necesariamente una preparación y capacitación previa. Todo ello no significa el éxito por sí del negocio, pero es aconsejable ya que permite minimizar los riesgos y optimizar los resultados de la operación.

El objetivo final de todo plan de negocios de exportación es lograr una continuidad en la exportación de un producto o servicio y asegurar la maximización de la eficiencia y rentabilidad a través de la disminución en los costos y del incremento en los ingresos.

En definitiva se puede decir que un plan de negocios es una herramienta útil que le permite al empresario saber de antemano cuales son los riesgos con los que puede encontrarse y lograr una protección sobre los mismos a través del armado e implementación de un plan de contingencias a su medida. (Pantanali, 2012)

3.2. Contenido de un plan de negocios

Un buen plan de negocios no tiene una estructura predeterminada sino, que su contenido varía en función de las características particulares de la empresa y del negocio en sí, pero debería por lo menos, contar con una serie de ítems que siguiendo a Natalia Pantanali se separan de la siguiente manera y que la descripción de los mismos según la misma autora, se encuentra detallada en el anexo A.

- Descripción del negocio
- Análisis de la meta de mercado
- Recursos humanos
- Operación
- Riesgos
- Proyecciones financieras
- Sumario del plan de negocios

4. DEFINICIÓN DE PYMES EN EL COMERCIO EXTERIOR

Según el INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial, 2011), el marco legal que regula y clasifica a una empresa como pyme comprende las siguientes normas:

- Ley 24.467: “Pequeña y Mediana Empresa”.
- Ley 25.300: “Ley de Fomento para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa”, y sus modificatorias y normas reglamentarias.
- Resolución de la SEPYME N° 24/2001, que determina la condición de Micro, Pequeña o Mediana Empresa de la siguiente manera:

-Microempresa:

- Sector Agropecuario \$ 270.000.
- Sector Industria y Minería \$ 900.000.
- Sector Comercio \$ 1.800.000.

- Sector Servicios \$ 450.000.
- Sector Construcción \$ 400.000.

-Pequeña empresa:

- Sector Agropecuario \$ 1.800.000.
- Sector Industria y Minería \$ 5.400.000.
- Sector Comercio \$ 10.800.000.
- Sector Servicios \$ 3.240.000.
- Sector Construcción \$ 2.500.000.

-Mediana empresa:

- Sector Agropecuario \$ 10.800.000.
- Sector Industria y Minería \$ 43.200.000.
- Sector Comercio \$ 86.400.000.
- sector Servicios \$ 21.600.000.
- Sector Construcción \$ 20.000.000.

Cuando una empresa registre ventas en más de uno de esos sectores de actividad, se tendrá en cuenta el sector cuyas ventas hayan sido las mayores durante el último año. No serán consideradas micro, pequeñas y medianas empresas las que, reuniendo los requisitos consignados en el apartado precedente, se encuentren controladas por o vinculadas a empresas o grupos económicos que no reúnan tales requisitos, conforme a lo establecido por el art. 33 de la Ley 19.550 y sus modificatorias.

Siguiendo lo dicho por el INTI, para las empresas en funcionamiento el importe se determina en función del promedio de los últimos tres años contados a partir del último balance inclusive o información contable adecuadamente documentada. En los casos de empresas cuya antigüedad sea menor que la requerida para el cálculo establecido en el párrafo anterior, se considerará el promedio proporcional de ventas anuales verificado desde su puesta en marcha. En cuanto a las nuevas empresas se tomarán los valores proyectados por la empresa para el primer año de actividad. Dichos valores tendrán el carácter de declaración jurada y estarán sujetos a verificación al finalizar el primer ejercicio.

5. LAS EXPORTACIONES ARGENTINAS

Sintetizando el documento (Crespo Armengol, Eugenia, 2006) denominado "Evolución reciente de las exportaciones pymes en Argentina", realizado en base a un estudio conjunto de la Oficina en Buenos Aires y la Oficina en Washington D.C. de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (CEPAL), se

puede arribar a los siguientes comentarios en lo que respecta a las exportaciones argentinas en el último periodo y que interesan para la presente investigación.

5.1. Antecedentes de la evolución de las exportaciones de la Argentina durante las últimas dos décadas

Un aspecto de importancia a señalar es que el aumento en el comercio mundial de la última década ha sido motivado principalmente por una mayor apertura de las economías hacia el comercio internacional y por un crecimiento de los movimientos financieros y de las inversiones directas.

En lo que respecta a la Argentina en particular, ésta, conformó el mayor acuerdo de comercio preferencial con los países de la región que se denominó Mercado Común del Sur (Mercosur) y empezó a funcionar a partir de 1995. Este acuerdo avanzó de manera significativa hacia la liberación del comercio entre los países que lo integran y hacia el establecimiento de un arancel externo común frente a las importaciones de otros países. Todo esto tuvo su efecto en el comercio exterior del país, provocando entre 1994 y 1998 un incremento significativo de las exportaciones de nuestro país.

Hacia 1999 la devaluación del Real tuvo su impacto negativo en la economía de Argentina afectando del mismo modo al comercio exterior del país e iniciando así, un periodo desfavorable para las exportaciones nacionales.

Siguiendo con esta evolución se llega al 2002, año en el que se produce la crisis económica, financiera y cambiaria nacional que modifica sustancialmente las condiciones económicas y que, acompañada a una devaluación en el peso argentino, altera en forma significativa los precios relativos de la economía.

Hacia finales del 2002, se presenta una cierta estabilización del tipo de cambio y de los precios internos. Sumado esto a la recuperación de los precios internacionales de los productos primarios, se crearon las condiciones aptas para la recuperación de las exportaciones que se produce en los años posteriores.

Así, el abandono del régimen de convertibilidad y las nuevas condiciones cambiarias generó un mejoramiento de la competitividad de las pymes que contribuyó en forma significativa al incremento notable que tuvieron tanto los montos exportados como el número de este tipo de firmas.

Finalmente, esta recuperación de la economía, continuó en el 2005, logrando en ese año el valor más alto de exportaciones de los últimos años.

5.2. Análisis de las exportaciones argentinas desde el año 2000¹

En principio, es conveniente señalar que por lo general las grandes firmas exportadoras se caracterizan por presentar una posición firme y estable en el mercado. Las pymes en cambio presentan una mayor movilidad, ya que existe un continuo ingreso y egreso de dichas firmas al mercado mundial, así como también un cambio continuo de rango, o sea desde o hacia micropyme a pyme y en menor medida desde o hacia grandes firmas a pymes.

Todo esto se ve reflejado según Eugenia Crespo Armengol en las diferentes capacidades de reacción que presentaron las firmas grandes y las pymes.

Al respecto se puede observar que la tasa de crecimiento del comercio que presentan las grandes firmas siempre ha sido mayor que la tasa de las pymes. Esto se debe fundamentalmente a que las grandes empresas tienen un mayor conocimiento y capacidades para adaptarse en forma previa o más rápida a diferentes situaciones que se les puedan presentar y de ese modo pueden aprovechar de un mejor forma las diferentes oportunidades que se le vayan presentando, cosa que las pymes se ven dificultadas de hacer. (Crespo Armengol, Eugenia, 2006)

¹ Para mayor información sobre las evoluciones de las exportaciones argentinas en el último periodo y del número de pymes, así como para obtener un mayor detalle sobre las características de los exportadores, los cambios en las tendencias exportadoras, y sobre su comportamiento en relación al tamaño de las empresas y mercado de destino, leer el documento completo denominado "Evolución reciente de las exportaciones pymes en Argentina, debate para una mejor inserción externa" de María Eugenia Armengol.

CAPÍTULO II

LIMITACIONES A LA EXPORTACIÓN

En el año 2000, del cual parte el presente estudio, la economía argentina se encontraba en pleno proceso recesivo, con sus indicadores macroeconómicos desfavorables y sus exportaciones en niveles similares a los de varios años atrás. La crisis que se produce a principios del 2002, provoca una brusca modificación de las condiciones económicas, y la reducción del valor del signo monetario. Si bien esta devaluación del peso hizo más atractivos los mercados externos, no fue suficiente para producir durante dicho año un aumento en la actividad exportadora. Recién hacia finales de 2002 se logra una cierta estabilización del tipo de cambio y de los precios nominales, así como la recuperación de los precios internacionales de los productos primarios, condiciones que permitieron el despegue de las exportaciones que se produce durante los años siguientes. En este contexto de la historia reciente, el estudio persigue identificar los principales factores que influyen en las exportaciones de las pymes y sus tendencias más notorias, tratando de establecer cuáles de ellos son los que pueden tener un mayor impacto en el proceso de exportación de las pymes y el modo en el que los mismos influyen en la decisión de exportar o no por este tipo de empresas. (Crespo Armengol, Eugenia, 2006)

1. PAUTAS A TENER EN CUENTA PARA EXPORTAR UN PRODUCTO

Luego de realizar un estudio de mercado, una empresa que se dedica a la venta de productos en el mercado interno puede tomar la decisión de dedicarse también al mercado externo. En ese momento es conveniente que tenga en cuenta algunas pautas que todo empresario debe tener presente al momento de exportar y que se pasarán a detallar en los apartados siguientes. (Marin, 2012)

1.1. Inscripción como exportador

La primera tarea que se debe realizar una vez que se ha tomado la decisión de exportar un bien o servicio en forma regular es la inscripción como exportador en el denominado registro especial aduanero, establecido por la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP).

El correspondiente trámite se realiza a través de la página web de AFIP: www.afip.gov.ar, y se requiere de clave de seguridad de nivel 3. En este punto es necesario mencionar que una vez comunicada la inscripción por parte de la AFIP, también se comunica por el mismo acto sobre la necesidad o no de acreditar solvencia económica de acuerdo a la trayectoria que posea la empresa.

Lo referente a la solvencia económica que la AFIP requiere para actuar como exportador, así como también la posibilidad de constituir garantías cuando esta no se pueda acreditar, se pasa a detallar en el anexo B.

Luego de cumplir, en caso de ser necesario, con la solvencia económica o, en su defecto de haber constituido la garantía pertinente, es necesario realizar la registración de los datos biométricos ante la AFIP, que incluye registración de huella digital, foto, firma y escaneo D.N.I. Esto lo debe cumplir toda aquella persona física que va a actuar en representación de la empresa exportadora, para poder realizar todas aquellas gestiones ante la AFIP, ya sea en forma personal o documental. (Barbero, 2010)

Se debe considerar que tanto las personas físicas como jurídicas no deben estar condenadas por delitos aduaneros, impositivos o previsionales, o haber sido socias, administradora o directora de alguna sociedad involucrada en los supuestos anteriores. Tampoco debe estar o haber estado procesado o sumariado en sede aduanera, ser fallido o estar inhibido. Ver artículo 94, apartado 1, inciso d) del Código Aduanero, que se expone en el anexo B.

En este punto también es conveniente mencionar que existe la posibilidad de inscribirse como exportador no habitual por un plazo de 60 días corridos. Dicha inscripción es viable solo para el caso en el que una empresa enfocada al mercado interno desea realizar una operación de exportación con carácter excepcional. (Catedra Operatoria de Comercio Exterior, 2010)

1.2. Clasificación arancelaria

Es una tarea fundamental que consiste en la identificación del producto que se desea exportar dentro de un código numérico que no solo va a determinar el régimen tributario y la alícuota aplicable, sino que además fija las prohibiciones a aplicar, y evitará además cometer errores y quedar comprendido en algún tipo de delito aduanero.

Esta clasificación se hace en base a lo que constituye la principal característica del producto. Por ejemplo, si la materia prima constituye su principal característica, su clasificación se orienta por dicha característica; si lo fundamental es la función para la que está creado, la clasificación se orienta por esa particularidad.

En el ámbito de la aduana argentina, el proceso de clasificación arancelaria, es un procedimiento bastante complejo ya que a cada producto en particular se le asigna, a partir

de un criterio objetivo y predeterminado, un código de 12 dígitos. Los 6 primeros corresponden al sistema armonizado de clasificación de mercaderías, que es de uso universal y obligatorio para todos los países adheridos al mismo. Los 2 siguientes pertenecen a la nomenclatura común del Mercosur que fue adoptada por Argentina a partir de 1995, y los últimos 4 dígitos, conformados por tres números y una letra que actúa como dígito de control, son impuestos por la aduana Argentina a efectos principalmente de poder realizar controles estadísticos y de valor. (Material de Catedra de Operación de Comercio Exterior, 2009)

1.3. Tratamiento tributario

1.3.1. Derechos de Exportación

A partir del año 2002, en la República Argentina, todas las exportaciones para consumo quedan gravadas por un derecho de exportación, que es de carácter advalorem.

Este derecho de exportación resulta de la aplicación de una alícuota sobre la base imponible determinada en función del valor de la mercadería exportada.

La base imponible se obtiene deduciendo del valor imponible de las mercaderías gravadas el valor de los derechos y demás tributos que gravaren la exportación y que estén incluidos en el precio, ya que al poder considerarse como parte del costo del producto en función de lo establecido en el artículo 737 del código aduanero, entonces es posible su deducción.

Para la obtención de dicha base de cálculo se aplicara el siguiente algoritmo:

$$(FOB + AI - AD - IT) \times 1/1 + \%D$$

Las siglas utilizadas corresponden a los siguientes ítems:

- AI: Ajustes a incluir
- Ad: Ajustes a deducir
- IT: Insumos importados temporalmente
- D: Derecho

Donde el valor imponible de la mercadería según lo establecido por el artículo 735 del código aduanero, en las operaciones efectuadas por vía acuática o aérea es el valor FOB, como consecuencia de una venta al contado y en las operaciones efectuadas por vía terrestre es el valor FCA. Este valor imponible incluye todos los gastos según lo que dispone el artículo 735 y 736 del nombrado código.

En el caso de que los derechos de exportación no estuvieran incluidos en el precio el valor imponible coincide con la base imponible y no se debe realizar la deducción mencionada anteriormente.

1.3.2. Plazo de pago de los derechos de exportación

Cuando corresponda el pago de los derechos de exportación, el exportador podrá:

- 1- Realizar el pago en forma anticipada a la operación de exportación.
- 2-Acordar un plazo de espera.

A continuación se explica en forma detallada lo mencionado en el apartado anterior:

1- Pago previo: los exportadores que opten por este sistema deben efectuar un depósito en la cuenta recaudadora de la aduana y en forma previa a la oficialización de la exportación, seleccionará el depósito que será afectado al pago de la liquidación. Esta afectación será realizada a través del sistema informático María.

2- Pago con plazo de espera: La normativa aduanera prevé que los derechos de exportación se paguen con un plazo de 15 días corridos desde la fecha de libramiento de la mercadería si el monto exportado en el año calendario anterior a la solicitud de exportación fuera superior a 20 millones de pesos. Si fuera inferior a esta cifra, el plazo sería de 120 días corridos o hasta la fecha de liquidación de las divisas ingresadas, el menor. Todo esto está previsto en el artículo 54 del decreto N° 1001/82 y decreto 835/02, que se acompañan en el anexo B.

Para la utilización de este sistema, la DGA exige que con anterioridad al libramiento de la mercadería, se garantice el importe de los tributos vigentes a la fecha de registro de la operación. En la actualidad, si bien están permitidos otros tipos de garantías, solo se utiliza es sistema de Declaración Jurada del exportador, realizado a través del sistema María. Tolo lo referente a la garantía de los tributos está regulado por la Resolución General AFIP 2435/08, que figura en el anexo B.

Además es preciso mencionar que la DGA podrá limitar la aplicación de dichos plazos solo a aquellos que mantengan un estricto cumplimiento de sus obligaciones aduaneras, fiscales y de la seguridad social. Por ésta razón, es en este aspecto, donde el profesional de Ciencias Económicas debe prestar atención y en donde se requiere de su apoyo profesional ya que en el caso de querer optar por no abonar los tributos al contado y de existir deudas de estos tipos, se deberá proceder a su cancelación en forma previa.

Vencido dicho plazo, además se cuenta con 5 días hábiles, en carácter de facilitación especial, para el pago. Transcurrido el mismo sin efectuar el pago, se considerará como impaga la obligación tributaria. (Barbero, 2010)

1.4. Las exportaciones ante el Impuesto al Valor Agregado y el Impuesto a los Ingresos Brutos

El principio general de la legislación tributaria argentina es que no se exporte impuestos al momento de realizar una venta de un bien o servicio al exterior.

En esta dirección está redactada la Ley de IVA que establece en el inciso d) del artículo 8, que las exportaciones quedan exentas de dicho gravamen. Además el artículo 43 de dicha norma prevé la posibilidad de que los exportadores se computen contra el impuesto que adeudaren por sus operaciones gravadas, el IVA crédito fiscal, que les hubiera sido facturado, siempre que esté vinculado a la exportación y con el límite fijado por dicha disposición. En el caso en el que tal compensación no pudiera hacerse, ya sea total o parcialmente, se podrá acreditar contra otros impuestos a cargo de la AFIP o pedir su devolución. Este último caso es principalmente, el de los exportadores puros, que al no realizar operaciones gravadas en el mercado interno, no se pueden computar el IVA crédito fiscal originado por las compras y gastos vinculados directamente con la exportación, razón por la cual la legislación otorga la posibilidad de pedir su devolución con el límite mencionado anteriormente y realizando las gestiones necesarias.²

En la misma dirección, el Código Fiscal de la provincia de Mendoza establece en su artículo 185 inciso o), que “los ingresos provenientes de las exportaciones están exentas”, al igual que las actividades conexas a la exportación como es el caso del transporte internacional, el depósito y similares; que está previsto en el inciso p) de dicho artículo. (Barbero, 2010)

1.5. Operatoria aduanera: Intervención del Despachante de Aduana

En todas las operaciones aduaneras es necesaria la intervención del despachante de aduanas, ya que su participación es obligatoria según lo dispuesto por el Código Aduanero en todos aquellos trámites relativos a la actividad de exportación.

En relación a lo anterior, todo exportador tiene que tener en cuenta, que dicha intervención va a generar un costo para la empresa y que se debe prestar mucha atención a su selección, ya que, el artículo 907 del mencionado código lo hace solidariamente responsable ante todas aquellas infracciones aduaneras cometidas por su despachante de aduana o sus dependientes en ejercicio de sus funciones. (Barbero, 2010)

² Todo lo referente a las condiciones, formalidades, responsabilidades para solicitar la acreditación, devolución o transferencia del IVA atribuible a las operaciones de exportación están regulados por la Resolución General AFIP 2000/06 que se acompaña en el anexo B.

1.6. Documentación a entregar para cumplimentar la operación de exportación: Factura “E” Electrónica

En relación a este aspecto, hay que tener presente lo establecido en la Resolución General AFIP 2758/10, que establece la obligación de emitir factura electrónica de exportación para las destinaciones de exportación usuales.

En cuanto a los requisitos que deben reunir dichas facturas, así como a las exigencias y formas existentes en cuanto a su emisión, se encuentra reguladas en la Resolución General AFIP 2758/10 que se expone en forma detallada en el anexo N° B.

Como una mención a lo dicho anteriormente, se puede agregar que una de las principales diferencias entre este sistema y el tradicional es que, una vez emitida la factura electrónica de exportación la AFIP toma conocimiento de ésta sin necesidad de informarla a fin de mes, como se hacía anteriormente.

Entre los beneficios se pueden mencionar a la facilitación del pago electrónico de la exportación, y al ahorro de papel y en los gastos de envíos, ya que la misma, se envía directamente por medio del correo electrónico.

Entre las desventajas se podrían mencionar la pérdida del contacto directo con el importador y en consecuencia el incremento del riesgo de incobrabilidad de dicha operación. (Barbero, 2010)

2. REINTEGROS DE EXPORTACION

El reintegro a la exportación es considerado como un estímulo a las exportaciones.

El artículo 825 del Código aduanero define al régimen de reintegros de la siguiente manera:

“El régimen de reintegros es aquél 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.”

Siguiendo al autor (Clément, Martín, 2010) se procede a realizar un análisis de las principales características relacionadas con los cobros de los reintegros a la exportación tal como se enuncia a continuación:

Para que este beneficio sea percibido el productor debe hacer real la salida de la mercadería del país de origen, esto no debe confundirse con el recupero de IVA de exportación.

Actualmente, el reintegro es fijado por el Ministerio de Economía según la clasificación arancelaria y estos van del cero al seis por ciento, según el producto al que se refiere.

Por lo dicho anteriormente, y considerando que la alícuota del producto ha sido fijada por la autoridad pertinente, solamente se tendrá que tener en cuenta algunos parámetros para establecer la Base Imponible a la hora de calcular el monto del reintegro.

El artículo 829 del Código Aduanero establece que el valor sobre el cual se liquidará el importe del reintegro nunca podrá ser superior al valor imponible para el pago de derechos. La misma legislación dispone que en el caso en que el producto a exportar haya utilizado algún insumo importado a consumo o importado temporalmente, los reintegros disminuirán.

Si bien esto se instrumenta a través del Sistema María, es importante conocer los elementos que deben ser incluidos o deducidos de esta base imponible.

Los reintegros son entendidos como una especie de devolución de impuestos “interiores” por lo que no corresponde pagarlos sobre los insumos importados, es a partir ello que resulta compatible con el drawback que le permitirá pedir la devolución parcial o total de los derechos de importación y tasa estadística abonados por una importación a consumo.

La base Imponible para el cobro de reintegros se calcula de la siguiente manera:

$$\text{FOB} + \text{AI} - \text{AD} - \text{IT} - \text{IC} - \text{C}$$

Las siglas utilizadas corresponden a los siguientes ítems:

- AI: Ajustes a incluir
- AD: Ajustes a deducir
- IT: Insumos importados temporalmente
- IC: Insumos importados a consumo por el propio exportador
- C: Comisiones

Respecto al punto ajustes a incluir y ajustes a deducir, debe considerarse lo explicado en el procedimiento de pago de derechos; la diferencia está en que también deberá detraerse las comisiones abonadas.

En caso de haber diferencia entre la base imponible de derechos y la de reintegros, estos últimos se cobran sobre la base menor.

El exportador solo podrá cobrar su reintegro cuando no tenga deudas previsionales o impositivas, y que el Banco Central de la República Argentina haya informado a la AFIP su conformidad respecto del cumplimiento de ingreso y liquidación de divisas.

El procedimiento es mediante declaración de CBU (Clave Bancaria Única) sobre acreditación de fondos, el trámite deberá ser convalidado cada seis meses para mantenerlo vigente. Además, debe haber abonado previamente los derechos de exportación que correspondan. El sistema situará el estado del trámite generando el reporte "Beneficios a Autorizar" por Aduana y agrupado por CUIT del exportador.

Luego, los pagos de los conceptos liquidados serán transferidos en pesos a la CBU declarada por el exportador.

Además, se menciona en el artículo de Clément, que se debe tener en cuenta la vigencia de la Resolución 1639/04, que establece que los exportadores podrán aplicar el "Procedimiento opcional para la cancelación de deudas impositivas y/o previsionales mediante la afectación de fondos provenientes de estímulos a la exportación". Este procedimiento implica que el exportador acepta que los fondos provenientes de los estímulos a la exportación, se destinen a la cancelación de obligaciones propias. Dicha afectación se realiza mediante un convenio opcional con AFIP.

Otras exigencias que se agregaron recientemente son: haber cerrado la factura electrónica y el permiso de embarque, de modo de lograr que exista absoluta relación entre lo declarado por el despachante en la destinación aduanera y lo manifestado por el transportista.

Cumplidos los pasos, la aduana tiene 20 días para registrar un bloqueo manual o autorizar su liquidación en la CBU del exportador, que estará disponible varios meses después de esa autorización. La Aduana tarda entre 30 a 45 días en pagar este beneficio, pero últimamente los retardos llegan a 120 días.

No obstante que la gestión de estos reintegros puede parecer sencilla, en las empresas exportadoras con una gran magnitud de operaciones se torna crítico ejecutarla de manera eficiente. Sin mencionar aquellos reintegros que por diversos motivos (desinterés del exportador, errores en la declaración, incobrabilidad del exterior) quedan relegados y no llegan a cobrarse nunca porque finalmente el permiso para que el exportador solicite su cobro caduca.

3. RELEVAMIENTO DE INSTRUMENTOS PARA RESTRINGIR Y PROHIBIR LAS EXPORTACIONES

Son los medios que utilizan los países con el fin principal de reducir la cantidad que se exporta de determinados bienes o para prohibir directamente su comercialización al exterior.

Entre los objetivos principales perseguidos por este tipo de herramientas se mencionan los siguientes:

- Alentar el desarrollo de la industria local, restringiendo la exportación de materias primas, para lograr un mayor grado de valor agregado en el país, y así fomentar además el empleo nacional.
- Asegurar el suministro de materias primas a las industrias locales a precios razonables.
- La protección del medio ambiente, del Patrimonio Cultural y de los recursos naturales del país.
- Como parte de una política económica del país para mantener estabilizados los precios internos de aquellos productos considerados básicos o de primera necesidad.
- Como medio para mejorar el precio de los productos en el mercado mundial, a través de la reducción temporal de la exportación de los mismos.

Existen diferentes formas para restringir las exportaciones, entre las cuales se encuentran principalmente, las prohibiciones temporales, la fijación de límites cuantitativos a las ventas externas que se conocen con el nombre de cuotas, la existencia de valores referenciales de exportación, la obligación de obtener permisos o licencias para exportar determinados productos, la devolución parcial del IVA de las ventas externas, o directamente la prohibición a exportar un determinado bien.

En cuanto a los derechos de exportación, es conveniente señalar que si bien los mismos no constituyen una herramienta directa para la restricción de las exportaciones, indirectamente se puede decir que produce el mismo efecto que las mismas. Para el caso particular de nuestro país, el objetivo principal perseguido por el mismo, es lograr un

aumento en la recaudación del país para poder hacer frente al gasto público. Pero también, por lo general, puede ser utilizado con los mismos objetivos señalados anteriormente para las herramientas que restringen las exportaciones. (Martini, 2009)

4. LA CALIDAD COMO BARRERA A LA EXPORTACIÓN

Es preciso empezar clasificando a las barreras a la exportación. En este punto Secilio Gustavo las separa y define del siguiente modo:

- Las barreras arancelarias son restricciones monetarias que impone la aduana para la entrada y salida de mercadería.
- Las barreras no arancelarias son requisitos que pueden ser exigidos en algunos países para la importación de mercancías y son sobre la calidad del producto. Para ello, se debe conocer las exigencias que impone cada estado antes de realizar la exportación.
- Las barreras cuantitativas son permisos de exportación o importación. Entre estas se distinguen entre otras las cuotas, los impuestos antidumping y los impuestos compensatorios que son requeridos.
- Las barreras cualitativas son regulaciones sanitarias, fitosanitarias, de toxicidad, requisitos de empaque, de etiquetado, normas de calidad y de origen del país donde procede la mercadería, y regulaciones ecológicas entre otras. (Secilio, Gustavo, 2005)

A partir de 1987, la Organización Mundial del Comercio (O.M.C.), elabora las normas de aseguramiento de la calidad ISO, de reconocimiento mundial y que no resultan obligatorias pero, los importadores prefieren a los proveedores certificados con ISO, ya que esto otorga un mayor grado de confiabilidad de los mismos porque aseguran, entre otras cosas, una mayor conciencia de la calidad en la organización, una mayor participación de los empleados en las metas de calidad, y una mayor eficiencia y confianza del cliente.

Entre las ISO 9000-1 a la 9004-1 podemos encontrar la norma de gestión y calidad que más se adecua al producto o propósito que se pretende cumplir para la mercadería que se exportará.

Teniendo en cuenta lo mencionado con anterioridad, se puede concluir que la calidad es una de las más fuertes barreras no arancelarias al comercio de alimentos, en especial para los países en desarrollo, ya que en el comercio mundial se exigen diferentes protocolos, estándares y sistemas de calidad, para prevenir de enfermedades que pueden afectar a los consumidores, animales o vegetales o por resguardo del medio ambiente. Pero

si el país exigiera los mismos requisitos de calidad a los productores locales, no se estaría refiriendo precisamente a la calidad como barrera no arancelaria, sino más bien como una barrera privada en la que los gobiernos no intervienen. (Secilio, Gustavo, 2005)

5. MARKETING INTERNACIONAL

Una definición del marketing internacional dada por la Aduana Argentina es la que lo caracteriza como “aquel proceso que realizan los empresarios con el propósito de conducir los bienes o servicios que producen al mercado internacional”, y que persigue como fin principal la obtención de un conocimiento profundo de los mercados externos para lograr una adaptación de sus productos a las necesidades y requerimientos de los países exportadores.

Este conocimiento es clave y se condice con la idea de que la conquista del mercado externo es producto del esfuerzo empresario. Su principal fundamento es que en el comercio exterior participan nuevos sectores de servicios como bancos, compañías de seguro, compañías de transporte internacional, agentes de ventas, etc., así como otros medios de comunicación internacional, documentos e instrumentos de pago que se diferencian de los existentes a nivel local y que un desconocimiento de tales aspectos por el empresario local pueden hacer fracasar al negocio internacional.

Para el caso de una pyme el proceso comprende básicamente la búsqueda de la demanda, para lo cual es imprescindible contar con el apoyo de organismos públicos y privados que se ocupen de acercar a las empresas hacia el mercado externo, brindando asistencia técnica, promoción e información especializada. (Iglesias, Miranda, 2012)

6. COMERCIO Y CAMBIO CLIMÁTICO:

Actualmente para la subsistencia de una pyme, hay principalmente otras prioridades que el cuidado del medio ambiente, ya que la decisión de exportar implica enfrentarse a una serie de dificultades tales como la falta de capacidad de producción, de financiamiento, el atraso en el cobro de sus exportaciones, como así también de los reintegros impositivos, y deficiencias de capacitación empresaria, entre otras.

Si bien son muy pocos los casos en los que se consideran como un problema a resolver al de la cuestión ambiental, se puede decir que cada vez son más los requisitos ambientales para que una empresa pueda vender sus productos al exterior.

Hoy en día, es cada vez más frecuente que en un seminario de exportaciones se trate el tema de la cuestión ambiental como un tema relacionado a la exportación. El objetivo

que se persigue a nivel mundial es que las políticas comerciales no descuiden las obligaciones ambientales. En este rumbo, los países de mayor peso económico pretenden diseñar y adoptar medidas para la protección ambiental, ya sea en forma de aranceles o subsidios para evitar la emisión de carbono y al mismo tiempo mantener la competitividad de las industrias.

Por lo expuesto anteriormente se debe dejar en claro la necesidad de crear una conciencia exportadora que tenga en cuenta la protección del medio ambiente ya que, exportación y cuidado del medio ambiente son dos conceptos totalmente compatibles. Acá no solo se debe prestar atención al producto en sí, sino que además, a temas como el embalaje, transporte y demás, por lo que este tema es algo que el empresario actual tendrá que dedicarle el tiempo, dinero y capacitación adecuados para no quedar excluidos del mercados mundial. (Exportar Mendoza, 2012)

CAPÍTULO III

OPORTUNIDADES PARA LA EXPORTACIÓN

1. COYUNTURA SOCIO-ECONÓMICA

1.1. Ubicación estratégica de Mendoza en la región

La provincia de Mendoza se encuentra estratégicamente ubicada, por estar en la misma latitud que Santiago de Chile, y por medio de la Ruta Nacional 7 es el eje principal de salida de la producción de Mendoza conectando a la provincia con San Luis, y Buenos Aires y con las rutas que vinculan a la provincia con Córdoba, Santa Fe, el Noreste argentino y a las rutas de salida hacia Brasil. Además se emplea alternativamente a la Ruta Nacional 188 para la salida a la Patagonia. Hacia el oeste, esta ruta conecta a la provincia con Chile a través del Paso Las Cuevas y con otros países por medio del Pacífico. Por esto es que un alto porcentaje de la producción de la provincia se transporta por camión.

Otras vías son la Ruta Nacional 40, que recorre el país en forma paralela a la Cordillera de Los Andes, yendo desde la Patagonia hasta el Norte Argentino. Además, la Ruta Nacional 188 empalma con la Ruta Nacional 33 y la Ruta Nacional 3. Por su parte, la vía ferroviaria conecta con Buenos Aires y se utiliza solamente para el transporte de productos, y no de personas.

Se debe conocer la localización de la Zona Franca de Mendoza que se encuentra ubicada en el actual Parque Industrial Provincial del Departamento Luján de Cuyo, sobre la Ruta Provincial 84 s/n; a 35 Km de la ciudad de Mendoza y a 42 Km. del Aeropuerto Internacional, ésta localización privilegiada se beneficia por estar a 800 metros de cercanía de las Rutas Nacionales N° 7.

En San Rafael, la Zona Operativa Aduanera, que funciona en el Parque Industrial, evita que las empresas de transporte deban ir a la capital mendocina a pesar los camiones. En estas oficinas se brindan varios servicios como el control de carga, la consolidación de cargas, el recibo, despacho de camiones de importación y exportación, y fundamentalmente de camiones que vienen o van a Chile, Paraguay u otros países. (Marín, 2012)

A mediano plazo esta zona Operativa aduanera se va a constituir en una herramienta muy importante para el sector exportador, ya que brinda la alternativa de realizar los trámites sin engorrosas esperas y que hasta ahora los empresarios debían realizar en Mendoza o en Buenos Aires. (Larregle, 2012)

Algo que beneficiaría mucho al sur de la provincia, y a la región es la realización de los pasos internacionales “Pehuenche” y “Las Leñas”, que si bien no es parte de este trabajo, este importante proyecto favorecería considerablemente a San Rafael, General Alvear y Malargüe porque serían rutas beneficiosas para la región y permitirá ser más competitivos a los productores locales, porque serán pasos que permanecerán abiertos los 365 días del año, por ser de baja altura y por las cercanías con el Puerto San Antonio y con las regiones del Bio-Bio, Rancagua y Concepción.

1.2. Ventajas competitivas

De acuerdo a la entidad (Exportar Mendoza, 2012), la provincia de Mendoza cuenta con una ubicación geográfica y con un clima apropiado para el desarrollo de la agricultura, ya que permite producir diferentes tipos de alimentos con una calidad a la altura de las exigidas en el mercado mundial. Además, hay que agregar que la provincia cuenta con una variada oferta educativa que permite la formación de profesionales de alta calificación que brindan su conocimiento y que acompañado a una adecuada infraestructura y tecnología constituyen una ventaja competitiva. Esto se traduce en un gran valor agregado, producto de los bienes que se exportan al exterior.

Por otro lado, la contra-estación existente con los países del hemisferio norte, permiten a la provincia vender sus productos a los principales mercados del mundo.

Siguiendo con el artículo mencionado, “Mendoza también es un punto clave en el paso entre Buenos Aires y Chile, privilegiada como nexo de los corredores bi-oceánicos (Atlántico-Pacífico), a través de dos pasos cordilleranos que la vinculan con los principales puertos chilenos del Pacífico”.

2. LA INFORMACIÓN COMO FACTOR CLAVE

El autor (Furnari, Pablo, 2012) dice que “la información es la clave de un buen negocio.” Es importante señalar aquí que existen diversas fuentes de información, pero es fundamental seleccionar aquella fuente que tenga el carácter de confiable y que sea de relevancia para los fines perseguidos.

Existen distintas formas para acceder a la misma, algunas de las cuales son principalmente “los viajes de negocios, misiones comerciales o participación directa o indirecta en alguna feria o exposición”.

Además, según el citado autor, existen otras fuentes importantes de información, como son “las Fundaciones y Organismos de promoción tanto públicos como privados”, entre los que se mencionan a la Fundación Pro Argentina y Fundación Pro Exportar o

“Publicaciones tales como revistas especializadas, directorios de empresas, guías industriales”. Internet constituye otra fuente excesiva e inagotable de información que en la actualidad es de gran uso y utilidad.

3. INCENTIVOS Y BENEFICIOS

El INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial, 2011) en el estudio denominado “Incentivos y Beneficios Fiscales a la Producción de Bienes Industriales” realiza una compilación de los incentivos y beneficios ofrecidos por el Estado que benefician a las pymes.

La presente investigación sintetiza y caracteriza a los principales incentivos y beneficios en lo que respecta a las pymes exportadoras, teniendo en cuenta a dicho estudio.

Al respecto, la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Nacional, perteneciente a la Secretaría de Industria Comercio y Pymes del Ministerio de Economía y Producción ofrece un conjunto de programas con el fin de auxiliar desde el punto de vista de la Financiero y técnico a las pymes exportadoras.

Entre los programas vinculados con la asistencia financiera se encuentran los siguientes:

- Programa de Bonificación de Tasas de Interés.
- Financiamiento a la actividad productiva: FONAPYME.
- Programa de Reestructuración Empresarial: PRE.
- Programa Global de Crédito para MiPyMEs:
 - Créditos en pesos
 - Créditos en dólares
- Sociedades de Garantías Recíprocas (SGR).

En cuanto a los instrumentos vinculados a la asistencia técnica, orientados a aquellas empresas que requieran capacitación y asistencia técnica, se mencionan:

- Programa de Crédito Fiscal para Capacitación.
- Apoyo a la Primera Exportación
- PROARGENTINA. Primer portal para las empresas PyMEs exportadoras.

3.1. Programas vinculados con la asistencia financiera

3.1.1 Programa de Bonificación de Tasas de Interés

Es un crédito a tasas subsidiada cuyo objetivo es facilitar el acceso de las PyMEs al crédito bancario mediante el otorgamiento de subsidios a la tasa de interés de los préstamos otorgados por los bancos que participan del Programa.

El financiamiento podrá destinarse a:

- La adquisición de bienes de capital nuevos vía préstamo o leasing.
- La constitución de capital de trabajo.
- La prefinanciación y financiación de exportaciones de bienes y servicios;
- La creación y desarrollo de nuevos emprendimientos.
- La industrialización de bienes y servicios desarrollados por innovación tecnológica.
- Las actividades de investigación científico-tecnológicas, modernización e innovación productiva.

3.1.2. Fondo Nacional para el Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FONAPyME)

Consiste en un crédito a tasa subsidiada. Funciona bajo la forma de fideicomiso financiero y tiene por objeto realizar aportes de capital y brindar financiamiento a mediano y largo plazo.

El destino de los préstamos es multisectorial, con el objeto de financiar inversiones en activos fijos nuevos y usados y capital de trabajo para proyectos, que estén orientados al mercado interno, con principal énfasis en la sustitución de importaciones, y que contemplen un alto impacto en el desarrollo regional, generación de empleo y valor agregado.

Los requerimientos difieren en función de los montos solicitados, la finalidad de la inversión y el tipo de empresas. En tanto, la evaluación se lleva adelante en base a proyectos en el marco de un concurso público.

La tasa de interés de los préstamos otorgados será anual y variable, equivalente al 50% de la Tasa de Cartera General del Banco de la Nación Argentina y utilizarán el sistema de amortización francés.

Las Bases y Condiciones, Criterios de Selección se pueden encontrar en la página web: www.sePyME.gov.ar.

3.1.3. Programa de Reestructuración Empresarial (PRE)

Consiste en aportes no reembolsables con el objetivo de apoyar el fortalecimiento de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas argentinas, facilitando el acceso a servicios profesionales de asistencia técnica y mejorando la oferta de dichos servicios.

El Programa de Reestructuración Empresaria beneficia a las empresas cofinanciando, mediante aportes no reembolsables, hasta el 50% de la inversión que las

empresas realizan en contratación de servicios técnicos profesionales con el fin de mejorar su competitividad.

3.1.4. Programa Global de Crédito para MiPyMEs

Consiste en un programa de créditos a tasa subsidiada dirigida a las micro, pequeñas y medianas empresas cuya facturación neta de IVA e impuestos internos, no supere los U\$D 20 millones anuales.

Este Programa posee dos líneas de crédito, una en pesos y otra en dólares:

3.1.4.1. Línea de Crédito en Pesos

La línea en pesos otorga financiamiento a las micro, pequeñas y medianas empresas que deseen realizar proyectos de inversión, entre los que se incluye la adquisición de bienes de capital, compra o refacción de inmuebles y otras erogaciones no corrientes asociadas a dicho proyecto.

3.1.4.2. Línea de Crédito en Dólares

La línea en dólares comprende préstamos para capital de trabajo, prefinanciación y financiación de exportaciones y adquisición de bienes de capital.

3.1.5. Sociedades de Garantías Recíprocas (SGR)

El programa consiste en un conjunto de facilidades financieras y de asistencia técnica, que a través de las sociedades de garantía recíproca tienen por objeto otorgar garantías líquidas a sus socios partícipes (PyMEs) para mejorar sus condiciones de acceso al crédito, además de brindarles asesoramiento técnico, económico y financiero.

3.2. Programas vinculados con la asistencia técnica

3.2.1. Programa de Crédito Fiscal para Capacitación

Consiste en un reintegro de los gastos realizados por las pymes y que estén vinculados con la capacitación de su plantel de personal.

La capacitación debe realizarse acorde a un Proyecto de Capacitación presentado y aprobado por la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional.

El reintegro consiste en la emisión y entrega de un Certificado de Crédito Fiscal endosable, el cual puede aplicarse al pago de impuestos nacionales (Impuesto a las Ganancias, Ganancia Mínima Presunta, IVA, Impuestos Internos, etc.).

3.2.2. Apoyo a la Primera Exportación

Básicamente es un mecanismo de asistencia técnica. Esta herramienta tiene como objetivo incrementar la participación y competitividad de las pymes en el comercio exterior a través de un plan de negocios y manual de procedimientos elaborados por profesionales externos a la empresa guiados por especialistas de los sectores vinculados y en conjunto

con los niveles gerenciales de la empresa, orientado a consolidar y profesionalizar el desarrollo de sus negocios.

3.2.3. PROARGENTINA: primer portal para las empresas pymes exportadoras

Consiste en un instrumento de comunicación para las empresas pymes exportadoras, ya que cuenta con estudios de mercado, brinda capacitación a través de e-learning, tiene base de datos de empresas proveedoras de servicios a la exportación, etc. A su vez, informa sobre, y convoca a eventos, misiones y ferias en la Argentina y en el exterior.

3.3. Alternativas de Financiamiento para Empresas Exportadoras³

Además de lo mencionado anteriormente existen otras alternativas de financiación que pueden resultar favorables a la empresa dependiendo de las características y montos del financiamiento requerido, así como de la actividad que la empresa desempeñe. Estas según el Instituto Nacional de Tecnología Industrial son:

- a) Factoring
- b) Fideicomisos
- c) Convenio de Recompra (Buy Back)
- d) Forfaiting
- e) Leasing
- f) Warrants
- g) Obligaciones Negociables

3.4. Programas de exportación

La Fundación (ProMendoza, 2010) tiene por fin principal apoyar, incentivar y estimular el proceso de exportación de las empresas de Mendoza, en especial de las Pymes. Esto lo lleva a cabo a través de una serie de programas que se pasan a explicar a continuación desde la perspectiva de dicha Fundación.

3.4.1. Programa de Nuevos Exportadores (NEX)

Los objetivos del Programa de Nuevos Exportadores son incentivar y apoyar la incorporación de empresas pequeñas y medianas a mercados internacionales. Brinda el apoyo necesario para comenzar a exportar, de la mano de un especialista, con una metodología a la medida de cada empresa para su producto o servicio. Los destinatarios son las pequeñas y medianas empresas que cuenten con un producto o servicio propio que

³ La descripción y caracterización de los mismos se encuentra desarrollada con precisión en el anexo C siguiendo al artículo señalado del Instituto Nacional de Tecnología Industrial.

tengan voluntad de exportar y que todavía no lo hayan hecho, o que hayan exportado en forma esporádica o indirecta. La Fundación ProMendoza participa de la concepción, la implementación y el control del programa durante los once meses de su ejecución.

El Programa NEX se divide en tres etapas:

1) Diagnóstico de Potencial de Internacionalización:

-Evaluación de la capacidad de gerenciamiento.

-Evaluación de la capacidad financiera.

-Análisis de los productos o servicios de la empresa.

2) Elaboración del Plan de Negocios de internacionalización. Durante el transcurso de tres meses como máximo, se elaborará el Plan de Negocios teniendo en cuenta aspectos como: estrategias de penetración, herramientas de promoción, programas especiales, etc.

3) Ejecución del Plan de Negocios de Internacionalización. Contará con una duración de 6 meses como máximo y se ejecutará el Plan de Acción elaborado en la etapa anterior.

3.4.2. Programa Pymexporta

El objetivo es desarrollar nuevos mercados y/o nuevos productos y ayudar en la penetración de mercados, para potenciales y actuales exportadores, mediante la co-financiación de hasta el 50% de los gastos de promoción en el exterior.

Los destinatarios: son las pymes, es decir, facturación menor a \$10 millones anuales.

Las actividades que cubre el Programa son:

1) Desarrollo de Mercado:

-Investigación y análisis de mercados.

-Obtención de información de mercados.

2) Desarrollo de Proyectos:

-Obtención de patentes y marcas.

-Formación de joint-ventures y otras asociaciones.

3) Promoción Comercial:

-Diseño, pre-diseño e impresión de folletos.

-Viaje de ejecutivos de la empresa a mercados extranjeros.

3.4.3. Programa de Capacitación Territorial

Su objetivo es introducir al empresario en los principales aspectos de las formas de asociatividad empresarial y principios del comercio internacional.

3.4.4. Programa de Desarrollo de Grupos Exportadores

El objetivo es iniciar en la actividad exportadora a aquellas empresas que en forma individual serían incapaces de hacerlo, promoviendo la unión de fuerzas para aumentar su competitividad y a la vez reducir los riesgos y costos de la internacionalización.

Entre las ventajas del asociativismo se mencionan:

- Acceso a la exportación para aquellas empresas que no cuentan con un volumen exportable
- Asociación bajo el programa de ProMendoza que permite alcanzar mayores ingresos.
- Asistencia, contención y guía del grupo empresario en los procesos para alcanzar la internacionalización.

Apoyo de ProMendoza en los ámbitos de información, formación y promoción comercial.

4. TIPS PARA EXPORTAR

Según el manual del exportador redactado por la Fundación ProMendoza “exportar puede ser un buen negocio para la empresa siempre que los dirigentes tomen conciencia de la importancia de un planeamiento y una política que tomen en cuenta el dominio de las reglas y usos del comercio internacional.”

Siguiendo al mismo se exponen a continuación una serie de recomendaciones para evitar eventuales dificultades en el momento de la formulación de los planes de exportación:

a) Solamente se recomienda comenzar a exportar cuando se está totalmente convencido a hacerlo conforme a un adecuado estudio realizado sobre la situación por la que atraviesa la empresa y en relación a su vinculación futura con el mercado externo.

b) Cuando se decide exportar, es necesario tener predisposición para realizar todas aquellas inversiones que conlleve la organización del mercado externo.

c) Se debe realizar un adecuado estudio del mercado con el que se desea operar teniendo en cuenta las posibilidades, oportunidades y debilidades con que cuenta la empresa, principalmente desde el punto de vista del cliente, producto y calidades exigidas.

d) Contar con un conocimiento acabado de los distintos regímenes cambiarios e impositivos, así como las tasas vigentes que les sean aplicables a la empresa por su actividad de exportación.

e) Se recomienda prestar atención a los distintos requisitos de calidad y fitosanitarios vigentes para el producto en el mercado a operar.

f) Contar con profesionales vinculados a la operatoria del comercio exterior que posean una experiencia en el rubro y que hablen las distintas lenguas que se manejan en los principales mercados internacionales.

g) Calcular en forma cuidadosa los precios de exportación, asesorándose con los profesionales adecuados, de modo de presentar el precio más ventajoso posible y sin correr el riesgo de obtener un resultado final desfavorable.

h) Las formas de propaganda, publicidad y promoción de ventas de un producto deben estar siempre en perfecta armonía con las particularidades del mercado.

i) Es fundamental actuar con seriedad comercial y moral, para mantener y conservar las relaciones con los clientes del exterior.

j) Hay que recordar siempre que se debe mantener en forma constante en el tiempo el mejor precio, calidad aceptable, garantía de abastecimiento continuo y atención eficiente, para incentivar a que el consumidor compre el producto.

k) Hay que trabajar en forma constante para triunfar en el mercado externo sin esperar resultados inmediatos y grandiosos, ya que la apertura de nuevos mercados necesita de trabajo a medio y largo plazo. (Fundacion ProMendoza, 2005)

5. MODOS DE COBRAR UNA EXPORTACIÓN

Al abordar estos temas se encontró que son más profundo de lo que se esperaba, por lo tanto sólo se limita a realizar un paneo general de los mismos considerando los medios de pago y las principales características al solo efecto de conocer el mecanismo, ya que un análisis profundo sobre esto podría implicar otro trabajo de investigación.

“Cuando una empresa quiere empezar a incursionar en exportaciones son muchas las cuestiones que debe empezar a resolver. Una típica pregunta que se hace es; ¿cómo cobrarle al cliente en el exterior?”. (Furnari, Pablo, 2012)

Siguiendo a dicho autor, al empezar a incursionar en exportaciones se debe conocer ciertas características que incumben a este ámbito, como son la existencia de herramientas bancarias para el cobro de las exportaciones y el escenario local en términos bancarios y financieros.

Este escenario plantea en la actualidad:

- Control y plazos para el ingreso de divisas dependiendo del producto.
- Plazos para la liquidación de divisas.
- Intervención conjunta de DGA y Bancos.
- Un Mercado único y libre de cambios.
- Derechos de exportación.

Todo ello se debe tener en cuenta al momento de seleccionar el respectivo instrumento de pago de la operación de exportación.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente surge otra pregunta:

¿De qué depende la elección del instrumento de pago?

Continuando con el artículo, se puede decir que depende, entre otros, de los siguientes puntos:

- “De cómo se lleve a cabo la negociación.”
- “De las costumbres y costos del país en donde se encuentre el comprador.”
- “De las exigencias a nivel cambiario del país comprador.”
- “De la confianza entre las partes.”
- “De los riesgos como exportadores que se quieren asumir.” (Furnari, Pablo, 2012)

¿Y cuáles son los instrumentos de pago por los que se puede optar?

Fundamentalmente son tres:

- Carta de Crédito (L/C) o crédito documentario.
- Cobranza.
- Orden de Pago o transferencia.

En la medida que de esta lista que va desde de primer punto al tercero se produce un efecto costo-confianza entre las partes. A medida que disminuyen los costos bancarios por el efecto de utilizar un instrumento que es más barato, disminuye la confianza a las partes.

5.1. Carta de Crédito:

“Es todo acuerdo en el cual un Banco llamado “Emisor” actuando por cuenta y orden de su cliente (ordenante/importador) se obliga a pagar a un tercero (beneficiario/exportador) o aceptar letras, todo contra presentación de los documentos exigidos en las instrucciones.” (Furnari, Pablo, 2012)

Furnari destaca de esta definición algunos puntos importantes:

- “Es un instrumento bancario gestionado por el importador.”
- “Disminuye la incertidumbre de cobro al exportador”
- “Intervienen al menos cuatro figuras básicas: importador, exportador, banco del importador y banco del exportador.”
- “Es un instrumento de crédito ya que permite obtener anticipos.”
- “Al poder ser irrevocable disminuye el riesgo al exportador de que el importador anule la compra.”
- “Es un documento preciso ya que contiene descripción de la mercadería, documentos solicitados para el pago, fecha de embarque, fecha de vencimiento, etc.”
- “Según sus características puede tener altos costos.”
- “Es utilizada cuando no hay confianza entre las partes o cuando hay obligatoriedad en su uso.” (Furnari, Pablo, 2012)

5.2. Cobranza:

“Es la operación comercial mediante la cual un remitente (banco), actuando por cuenta, orden y riesgo de un cliente (exportador), por regla general, por intermedio de otro banco cobrador, tramita el cobro de valores o efectos ante un deudor (importador), sin más compromiso ni responsabilidad que ejecutar las instrucciones de su cliente (exportador).” (Furnari, Pablo, 2012)

Al igual que con el punto anterior Pablo Furnari destaca lo siguiente:

- “Es un instrumento bancario gestionado por el exportador.”
- “Intervienen al menos cuatro figuras básicas: importador, exportador, banco del importador y banco del exportador.”
- “Es más riesgoso que la Carta de Crédito, pero más seguro que la transferencia bancaria diferida.”
- “Tiene costos más baratos que la Carta de Crédito.”
- “Suele ir acompañada por un instructivo para su cobro.”
- “Es utilizada cuando hay más confianza entre las partes.” (Furnari, Pablo, 2012)

5.3. Orden de Pago:

“Es la transferencia de fondos que un ordenante o tomador efectúa a favor de un beneficiario o destinatario, generalmente por intermedio de un banco.”

- “Es un instrumento bancario gestionado por el importador.”
- “Con costos relativamente bajos y operatoria sencilla.”
- “Cuando es adelantada se transforma en el instrumento de pago más seguro.”
- “Por el contrario, cuando es diferida se transforma en muy inseguro.”
- “Es el instrumento de pago más utilizado en las transacciones internacionales.”
- “Es utilizado cuando hay gran confianza entre las partes.” (Furnari, Pablo, 2012)

Como comentario final; y siguiendo con el documento de Pablo Furnari se puede agregar que alrededor del 70% de las transacciones comerciales internacionales se operan con Órdenes de pago, que necesariamente se debe tener en claro cómo cobrar desde el mismo momento que se pasa una cotización, que hay costos bancarios que se deben asumir, que los bancos no revisan mercaderías sino documentos y que fundamentalmente el “Cómo cobrar una Exportación” depende en gran medida de cómo se realice la negociación. (Furnari, Pablo, 2012)

6. INCENTIVOS PROMOCIONALES AL EXPORTADOR

Debido a que esta investigación no se basa en un profundo análisis de estos temas conviene solo mencionar las definiciones y conocer que dichos beneficios existen y se puede aprovechar de ellos, hacer un análisis extenso de los incentivos sería parte de otro trabajo de investigación.

En este rubro se tendrán en cuenta los estímulos fiscales, tales como el Reintegro, el Draw-back y el Reembolso.

- Reintegro: Es la devolución total o parcial que el Estado argentino realiza al exportador en concepto de impuestos interiores que se pagaron directa o indirectamente en el proceso productivo de la mercadería que se exporta, siempre que la misma sea nueva y de Industria Argentina.

Esta devolución se calcula en base a un porcentaje que se aplica sobre el valor FOB neto de los insumos importados ya sean definitivos o temporarios, para cuales se debe utilizar el Sistema del Draw-back.

- Draw-Back: Es la devolución total o parcial de los impuestos de importación (derechos y tasas) que pagó el exportador por importar insumos, materias primas, embalajes que se han incorporado durante el proceso productivo a la mercadería que se exporta en forma definitiva. Esta devolución estará dada por una suma fija vinculada directamente con lo abonado al momento de la importación del producto.

- Reembolso: Es la combinación de la devolución en el mismo acto de reintegro más draw-back. Actualmente en desuso. (Marin, 2012)

7. CRISIS: LIMITACIONES A CONVERTIR EN OPORTUNIDADES

Dentro de lo analizado como limitación externa y sin entrar a profundizar en detalle el contexto se puede comentar que la Argentina posee cierta inestabilidad en la legislación tributaria porque no existen políticas claras a mediano y largo plazo, en tanto la clase política parece mantenerse firme desde 2003. Al respecto, en un futuro próximo se espera que decaiga la exportación de productos agroindustriales porque a medida que se estanca el tipo de cambio se produce una menor competitividad de los productos nacionales respecto de los extranjeros, y a modo de ejemplo, para quien esta en Brasil pasa a ser más conveniente comprar un kilo de dulce o de mermelada de pera hecho en Chile que en Argentina.

CAPÍTULO IV

INTERCAMBIO DE OPINIONES SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LAS PYMES EXPORTADORAS

1. INTERCAMBIO DE OPINIONES

A los efectos de conocer el comportamiento de las pymes a nivel nacional, se tuvo en cuenta un documento (Crespo Armengol, Eugenia, 2006) denominado “Evolución reciente de las exportaciones pymes en Argentina”, que refleja de una manera apropiada la realidad por la que atraviesan las mismas y, que en base a una serie de entrevistas dirigidas a diversas entidades y representantes de asociaciones y organismos vinculados al comercio exterior, en su capítulo cuatro procede a realizar un análisis sobre el comportamiento, evolución y tendencias de las pymes exportadoras. En función de las conclusiones arribadas por dicho análisis y en relación a lo que interesa a la presente investigación se pueden realizar los siguientes comentarios.

La primera pregunta que consideró dicho estudio fue sobre la estructura exportadora argentina con el propósito de enmarcar el comportamiento particular de los pequeños y medianos exportadores. La idea central era conocer si, dado el perfil de las exportaciones argentinas, puede considerarse que la incidencia de las ventajas comparativas naturales y las escalas productivas, constituyen un punto vulnerable. En términos generales, hubo coincidencia en que dada la entrada al mercado mundial de alimentos de grandes importadores, las exportaciones argentinas tienen un horizonte algo más estable que en el pasado. No obstante, pueden llegar a existir limitantes en cuanto al crecimiento de la capacidad exportadora.

También hubo acuerdo en que esta estructura no es la óptima para un país que quiera insertarse en un mundo tecnológicamente desarrollado, de ahí la necesidad de orientarse hacia productos más complejos e integrados sectorialmente, con la idea no sólo de aumentar el valor agregado, el empleo y la riqueza, sino también de generar una mejora en la distribución del ingreso. Para esto también se requiere una política de negociaciones donde un país además de vender lo que le quieren comprar, realice acuerdos internacionales tendientes a conseguir mejores condiciones de acceso para los productos que se desea promocionar. Si el aumento de exportaciones sólo responde a la mejora del

tipo de cambio, la estructura exportadora tiende a consolidarse, que es lo que ha sucedido en la Argentina. Para ser más precisos, el tipo de cambio, en general, ayuda a fortalecer aquello que ya se exportaba pero no fomenta, por sí solo, el cambio en el perfil exportador.

Por otra parte, hay consenso respecto a que en la Argentina hace falta una visión estratégica para mejorar el perfil exportador y también, en que esto no va a darse espontáneamente. Además, en la actualidad hay un contexto internacional de precios muy elevados, situación que también desincentiva la diversificación de la canasta exportadora.

Existen diferentes puntos de vista sobre la futura estructura exportadora. Algunos sostienen que mientras la exportación primaria sea de recursos renovables, como los agropecuarios, no es incompatible con el fomento de las exportaciones industriales, de mayor valor agregado. En otros términos, no es la gran especialización en commodities el factor que impide una mayor diversificación. Por otra parte, la mayoría de los entrevistados afirma que deben implementarse cambios en la especialización de la producción con el objeto de desarrollar procesos de innovación y encadenamiento que tiendan a una mayor diversificación.

De las respuestas surgen dos líneas de ideas diferentes. Una, que sin salir del esquema actual, promueve exportar bienes más elaborados, y otra que supone que la exportación de bienes complejos requiere sustituir, al menos parcialmente, las exportaciones de commodities procesados, por bienes más integrados en la cadena de transformación.

Esta última respuesta coincide con muchas de las nuevas líneas de pensamiento que priorizan la especialización intra sectorial, como forma de mejorar la distribución del ingreso y lograr ganancias de competitividad.

Al respecto es interesante comentar que durante toda la década del noventa la especialización fue discutida sólo desde la óptica intersectorial.

La segunda pregunta se refirió a la reacción de las pymes ante la modificación del tipo de cambio y la expansión de sus exportaciones, y en particular, al comportamiento observado en las empresas tradicionales, que presentan menores tasas de crecimiento de sus exportaciones que las empresas nuevas, lo que lleva a pensar que el tipo de cambio real resultó mucho más beneficioso para la entrada de nuevos exportadores, que para la expansión de las firmas que ya estaban en el comercio exterior. La opinión de los entrevistados fue que el cambio planteado a partir de la devaluación, se reflejó en el aumento del margen de rentabilidad, pero no en un cambio estructural, esta opinión está en línea con lo que afirma el documento de la Fundación Observatorio Pyme (2006) en el sentido que la devaluación fue útil y necesaria, pero solamente con un tipo de cambio real alto y estable no alcanza para dotar de competitividad al sistema industrial de las pymes y a la economía en general.

Por otra parte, se hicieron hincapié en la necesidad de analizar el comportamiento de las pequeñas y medianas empresas dentro del contexto de inestabilidad económica de los primeros años del período analizado. En efecto, a inicios del 2002, cuando se produce la devaluación, la brusca modificación de los precios relativos deriva en incertidumbre sobre el futuro, lo que impidió la expansión de las exportaciones. Al año siguiente, la incertidumbre respecto al tipo de cambio comenzó a disiparse y se generaron mejores condiciones para exportar, por este motivo un conjunto de empresas, en particular productoras de alimentos, que se enfrentaban a la recesión interna, comenzaron a hacerlo.

En el año 2004 las firmas que ya venían exportando mejoran su *performance* pero el crecimiento es limitado debido a que se consolida el mercado interno. En aquel momento, la demanda interna absorbió todo aquello que se le ofreció y las empresas tuvieron menores incentivos para exportar y mayores beneficios marginales por vender en el mercado, es que dichas ventas complican la gestión de la economía informal (en negro).

De acuerdo a diversas opiniones, las pymes alcanzaron un límite de utilización de su capacidad instalada y en la actualidad “no tendrían margen”, para seguir incrementando sus exportaciones. Para crecer sería necesario invertir, pero las empresas no lo hacen, en parte por limitaciones financieras, pero principalmente porque no se les ofrece un proyecto de largo plazo. En este sentido, la reciente promulgación de la ley desgravación de las pequeñas y medianas empresas para la compra de bienes de capital, responde a una de las principales necesidades del sector.

La otra pregunta comprendida en dicho documento se relaciona con la expansión de las exportaciones pymes hacia un conjunto de nuevos destinos, como Europa del Este, Resto ALADI y América Central y la caída relativa de destinos tradicionales como EU25 y Nafta.

En los casos de crecimiento se trata de mercados “menos sofisticados”, entonces la consulta fue, si el factor que ha incidido en ello es que estos mercados son menos exigentes en calidad que el resto. En la mayoría de las entrevistas la respuesta fue que el crecimiento de los mercados menos complejos como Europa del Este y el Resto de ALADI probablemente sea consecuencia de la similitud que tienen sus estructuras de demanda con la de Argentina. Gracias a ello los productos nacionales pueden ingresar acorde a parámetros de calidad menores a los internacionales. A este factor se le suma que en la actualidad existe mayor información sobre las oportunidades comerciales que se abren en dichos mercados.

Asociada a la respuesta anterior, surgió la siguiente pregunta sobre la forma en que las pymes llegan al comprador en el exterior: ¿Hay una búsqueda de los clientes o mercados o bien los clientes vienen a buscar productos del país por la ventaja de los precios

relativos? Ante esta consulta todos coincidieron en que la conquista del mercado externo siempre es producto del esfuerzo empresario. En este sentido, las pymes exitosas se caracterizan por haber salido a buscar la demanda, tomando actitudes más activas, participando en ferias, misiones comerciales e invitando al país a los clientes. En estas tareas, los empresarios más maduros y con mayor conocimiento de “las reglas de juego”, cuentan con el apoyo de los organismos públicos y privados, que se ocupan, en general, de acercar las empresas nacionales a los mercados del exterior, facilitando la información de mercado (inteligencia), brindando asistencia técnica y desarrollando la promoción. A partir de la devaluación, de acuerdo a los diferentes organismos que se dedican a temas de promoción de exportaciones, se observa un salto cuantitativo y cualitativo de las empresas que requieren apoyo de las mencionadas instituciones. Al respecto, se observa un crecimiento del número de empresas que busca asistencia. La mayoría lo hace para diversificar sus mercados de acceso y en menor medida porque se inician en el negocio.

La última pregunta de dicho artículo se refiere a las experiencias en el desarrollo de las distintas estrategias asociativas y redes inter-empresariales, ya sean “verticales”, del tipo “Proveedor-cliente” u “horizontales”, para la articulación productiva y comercial, a fin de facilitar el acceso al mercado exportador de las pequeñas y medianas empresas.

En el país se conocen varias experiencias en la conformación de consorcios de exportación y de redes que vinculan pymes con grandes empresas, de las cuales se han obtenido los comentarios sobre su funcionamiento, y sobre las ventajas en la utilización y promoción de dichos instrumentos. En este punto se han relevado diferentes opiniones, que van desde la dificultad en la formación de los consorcios de exportación, hasta la de su utilidad pero para aumentar su competitividad y fortalecimiento productivo, es decir, “puertas adentro”.

Siguiendo con lo expresado por Eugenia Crespo Armengol en relación a la asociatividad en Argentina, esta indica que no hay una visión integradora con relación a los distintos tipos de asociatividad entre empresas, mas bien, las respuestas están vinculadas a las experiencias de cada organismo en este tema, ya sea desde el punto de vista oficial o privado. Divide estas opiniones en tres grupos:

1. La asociatividad para la exportación no sirve, por diversas razones, entre ellas se encuentran el componente cultural (individualismo) y las características de cada sector. No existe predisposición por parte de los distintos agentes para actuar conjuntamente, ya sea por poseer distintos conceptos sobre el negocio o por miedo al espionaje industrial. La experiencia que se menciona fue el de un intento de asociación de fabricantes de calzado, que fracasó, porque los integrantes carecían de la especialización necesaria y eso impedía la colocación de una sola línea de producción.

2. La asociatividad sirve pero no en todos los casos. Las experiencias exitosas de consorcios de exportación demuestran que éstos tienen que establecerse con determinadas condiciones y para cierto tipo de productos. Debe realizarse una estricta evaluación y selección de firmas, que deben estar ya exportando o estar firmemente decididas a hacerlo, y poseer las capacidades y recursos necesarios para lograrlo. Pueden ser diferentes productos pero de un mercado similar. La condición necesaria es que los productos tengan el mismo canal de distribución. En general, los sectores que venden insumos poseen una mayor tendencia a la exportación articulada que aquellos sectores de bienes finales. Debido a la rigidez en las condiciones impuestas para la selección de firmas y productos de un consorcio de exportación, su gestión, en general, está a cargo de instituciones de tipo privado. En el caso de la articulación exportadora entre grandes empresas y sus clientes y proveedores pequeñas y medianas empresas, también hay experiencias muy exitosas, la mayoría de ellas iniciadas a partir de la crisis económica del 2002. En estas redes, la empresa grande proveedora de insumos busca, a través de este mecanismo, aumentar sus ventas, fortaleciendo y fidelizando a su red de clientes.

Por el lado de las pequeñas y medianas empresas, el objetivo es obtener mejores condiciones, en cuanto a precio y financiación en la provisión de los insumos y un apoyo logístico para mejorar su inserción externa.

3. Los consorcios y todo tipo de asociatividad son muy necesarios para las pymes para lograr una mayor competitividad “puertas adentro”, y luego poder emprender con éxito la inserción externa. Agruparse les permite combinar conocimientos, contactos y mejorar de manera significativa sus posibilidades de exportación. En este sentido la Fundación Exportar tiene en marcha el Programa de Promoción Sectorial (PPS). El mismo consiste en incentivar la asociatividad para identificar mercados, analizarlos, armar estrategias de desembarco y, finalmente, desembarcar.

En base a la información suministrada por el documento mencionado con anterioridad acerca de las diferencias entre los exportadores estables y los ocasionales se pudo extraer lo siguiente:

a) Durante el período 2000-05 realizaron transacciones de comercio exterior 1782 agentes. Aproximadamente la mitad sólo lo hicieron en una dimensión micro y de este total aproximadamente la mitad solo lo realizó en una ocasión. El 2000 y el 2005 fueron los años que más firmas exportaron por única vez. En contraposición, el 2001 fue el año en que menos se incorporaron al panel exportador por única vez.

b) De las firmas que exportaron durante los años (2000-05), aproximadamente la mitad mantuvo su tamaño de exportación a lo largo de todo el período; mientras que el resto

cambió de categoría; destacándose que cerca de tres cuartos de las empresas lo hizo hacia la categoría superior.

De acuerdo a los restantes resultados del trabajo, tanto las estadísticas que abarcan todas las pymes, como a las opiniones de los diferentes entrevistados, demuestra que esta alta “movilidad” en la base no influye decisivamente en la orientación de mercados y en la forma en que dichos mercados han sido “asegurados”. El consolidado de las exportaciones arrojó resultados similares entre las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas y las Grandes. Los tres destinos más importantes fueron Mercosur, la Unión Europea y el Nafta. Los mismos recibieron un poco más del 70% del total de exportaciones. Si bien esa concentración parece bastante significativa, en el año 2000 esos tres mismos destinos obtenían algo más del 80% de las exportaciones, mostrando así la apertura de nuevos mercados a partir del año 2004. Un importante crecimiento se registra en el destino “Resto de ALADI”.

2. ERRORES HABITUALES A LA HORA DE EXPORTAR

Tal como lo fundamenta la autora (Crespo Armengol, Eugenia, 2006) en su artículo se detalla un listado de motivos principales por los que, según los diferentes entrevistados, muchas pymes no exportan o no muestran un gran dinamismo en sus exportaciones:

- Las pequeñas y medianas empresas poseen una mentalidad cortoplacista, lo que dificulta la proyección de una visión exportadora. Esto afecta al acceso a un mercado internacional, por ser un proceso gradual y lento que por falta de inversión no pueden superar.
- Una vez que se introdujo en un mercado, el desafío debe ser la diversificación.
- Ante una insuficiente capacidad productiva, prefieren atender al mercado interno que al de exportaciones ya que requiere menor esfuerzo y poseen una menor complejidad.
- La falta de demanda para su producto en el exterior asociada al problema de la calidad y originadas principalmente por tecnología y producción deficiente lleva a problemas económicos internos que pueden provocar la desaparición del ente.
- La falta de conocimiento de mercados externos y de canales de venta en el exterior provocada por la desinformación con que se cuenta por estar realmente alejados.

- Otra limitación es de tipo económico e impositivo y se vincula con los retrasos para el cobro de los reintegro de impuestos y costos de financiación por la falta de confianza.
- En relación al tema de la financiación bancaria, algunos suponen que no es un factor limitante de las exportaciones y otros, en cambio, dicen que limita la capacidad exportadora ya que afecta al capital de trabajo e inversiones de la empresa. Ambas opiniones se resumen en una tercera; si bien en Argentina existen fuentes de financiamiento para pymes, estas cuentan con problemas concretos de adaptarse a los requerimientos.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE LA REALIDAD REGIONAL

La provincia de Mendoza está localizada en el Oeste de la República Argentina, al pie de la Cordillera de Los Andes, entre los paralelos 32° y 37° 33' de latitud Sur y los meridianos 66° 30' y 70°36' de longitud Oeste. Surcada por ríos de aguas cristalinas y puras provenientes de deshielo y bañadas por un sol perenne y el aire donde los requisitos de sanidad son estrictamente controlados. Por su ubicación, Mendoza constituye un punto estratégico como nexo del actual corredor bioceánico, que enlaza el Mercosur con los puertos del Pacífico, lo que ha significado que Mendoza se convierta en una de las plazas más importantes de servicios de Argentina.

Los sectores agrícolas y de servicios se ven complementados por una industria floreciente, de última generación, donde se transforma materia prima, para dar lugar a conservas, deshidratados, desecados y vinos que son reconocidos a nivel mundial. Mendoza transformó su superficie desértica, convirtiéndola en grandes oasis productivos, donde distintas variedades de frutas y hortalizas se producen con la más alta calidad.

Debido a sus condiciones climáticas y de suelo, los productos mendocinos son cultivados naturalmente, con un uso mínimo de agroquímicos. Esta importante característica de las frutas y hortalizas mendocinas permite que las mismas puedan ser consumidas en los mercados más exigentes, industria alimenticia y suministros para la industria del petróleo. (Fundación Promendoza, 2004)

A continuación se realiza un análisis de los principales productos que exporta la región sur de la provincia de Mendoza dando preponderancia a los que tienen un mayor impacto en los ingresos provinciales.

1. EXPORTACIONES DE CIRUELA DESECADA

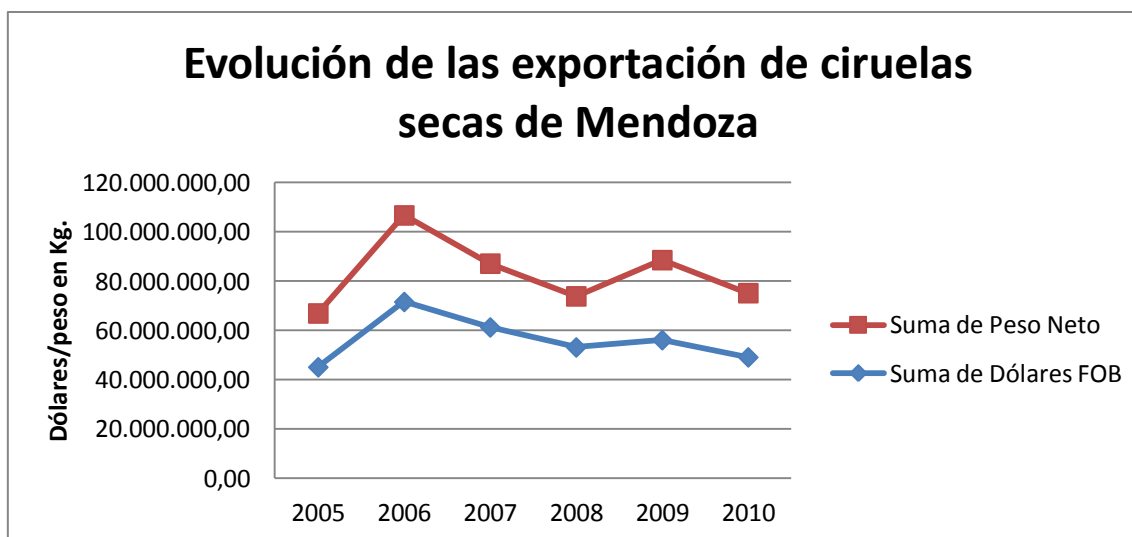
Tabla 1: Exportaciones de ciruela desecada de Mendoza en dólares (FOB)

| Producto | Ciruelas con carozo | Ciruelas sin carozo | Ciruelas seca total |
|----------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 2000 | 14.550.140,00 | 1.458.547,00 | 16.008.687,00 |
| 2001 | 11.501.969,00 | 3.488.854,00 | 14.990.823,00 |
| 2002 | 13.797.615,00 | 7.518.648,00 | 21.316.263,00 |
| 2003 | 14.334.691,00 | 17.071.304,00 | 31.405.995,00 |
| 2004 | 11.188.485,00 | 13.534.764,00 | 24.723.249,00 |
| 2005 | 19.973.715,84 | 25.084.715,91 | 45.058.431,75 |
| 2006 | 22.119.828,04 | 48.941.885,08 | 71.061.713,12 |
| 2007 | 20.413.447,34 | 40.740.784,77 | 61.154.232,11 |
| 2008 | 18.459.192,00 | 34.714.250,00 | 53.173.442,00 |
| 2009 | 22.362.846,23 | 33.751.542,65 | 56.114.388,88 |
| 2010 | 16.465.235,37 | 32.676.844,92 | 49.142.080,29 |

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación ProMendoza

1.1. Exportaciones de ciruela seca

Gráfico Nº 1: Exportaciones de ciruela desecada de Mendoza



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación ProMendoza

La producción de ciruela, ha tenido sus buenos y malos momentos. En los últimos años ha sufrido cambios importantes. A principios de este siglo XXI, los precios ofrecidos por los compradores de la fruta en fresco, eran muy bajos y apenas alcanzaban para el mantenimiento del cultivo. Luego, a mediados de la década pasada, la demanda se

fortaleció y provocó año a año, una aumento en los precios que provocó la implantación de grandes extensiones.

Este fenómeno se debió principalmente a la pérdida parcial, durante tres años, de la cosecha en EEUU, principal productor a nivel mundial, que afectó notablemente en el mercado internacional del producto. Luego, cuando la producción volvió a su normalidad en dicho país, se comenzó a notar la sobreoferta de ciruela. Acompañado a esto, en nuestro país se produjo la pérdida de dos cosechas en tres años, no pudiendo cumplir con las cantidades demandadas y dejando espacios en los mercados que han aprovechado los exportadores chilenos y afectando en forma grave en la rentabilidad del sector.

A nivel nacional, la Provincia es la principal productora de ciruela para industria, ya que la misma cuenta con excelentes condiciones climáticas para el desarrollo del cultivo y posibilidades agro-ecológicas para lograr productos orgánicos.

Por sus características particulares la ciruela desecada es considerada un producto benéfico para la salud con un fuerte componente en el mercado de exportación, siendo un sector sumamente importante para la economía mendocina.

Una de las ventaja competitiva que presenta el producto, es que una vez terminado puede ser almacenado por largos períodos de tiempo, lo que permite enviarla con un menor riesgo de pérdida de calidad a los mercados más lejanos y permitiendo que los consumidores puedan disfrutar de ella durante todo el año.

Desde el año 1992 hasta el 2002, la superficie implantada con ciruela para industria se mantuvo sin grandes modificaciones, luego, a partir del 2002 se puede apreciar un ascenso importante de las hectáreas plantadas, proceso que se debió principalmente a las mejoras en las condiciones de exportación.

Por su condición de cultivo plurianual, la producción es fluctuante hasta que logra la madurez adecuada para entrar en plena producción. Pero además la misma puede variar debido a la influencia de las contingencias climáticas comunes en Mendoza, tales como, falta de riego, zonda, heladas, granizo.

Entre 1992 y 2002, la superficie implantada con ciruela prácticamente se mantuvo en una meseta, posteriormente a partir del año 2002, se apreció un gradual y sostenido incremento en este frutal.

Actualmente el cultivo de ciruela para industria se caracteriza por plantaciones pequeñas, jóvenes y de una gran densidad de plantación en las cuales se comporta como cultivo secundario. El 87% de las propiedades que pertenecen a productores individuales y la mayor parte de las propiedades productoras son de superficie pequeña. El 30 % de la ciruela para industria se comercializa a través de una empresa transformadora, y un porcentaje muy similar es procesado por el mismo productor.

El destino de la producción es principalmente la venta a secadero (54%). En segundo lugar se hallan los secaderos propios (35%), luego la seca (9%) y sólo el 2% se venden en fresco.

El consumo interno de ciruela desecada estimado en Argentina alcanza las 1500 toneladas secas, lo que equivale a 40 gr. /año por habitante. La industria alimentaria absorbe de 400 a 500 toneladas, con destino a la elaboración de mermelada, jalea, pulpa, etc. Mientras que el resto es exportada.

Otra ventaja con que cuenta la Argentina dentro del contexto internacional es que produce en contra estación con respecto al hemisferio norte, anticipándose un mes a la oferta de Chile. Esto posibilita un mejor posicionamiento mundial como productores de ciruela de industria y la ubica como el mayor competidor de Francia en el mercado de la ciruela D'Agen.

Para años de faltantes de producción local se suele recurrir a importar, principalmente de Chile, dicho producto para atender las exigencias extranjeras y mantener los mercados extranjeros. (Fundación Instituto de Desarrollo, 2010)

1.2. Situación actual del sector ciruelero

El sector agrícola mendocino está perdiendo rentabilidad debido a que los costos se incrementan a un ritmo superior que el precio obtenido por el producto y al no disponer de una fuerza organizacional que agrupe a los productores.

El incremento de la producción de ciruelas en los últimos años trae algunas preocupaciones sectoriales como:

- La disponibilidad y condiciones del financiamiento de la industrialización de la ciruela.
- La necesidad de aumentar las exportaciones para colocar el mayor volumen producido y, en igual sentido, diversificar los mercados de destino.
- El requerimiento de afrontar el costo del remanente, considerando que no se podrá colocar la totalidad de la producción, sumado al stock disponible del año anterior.
- El incremento que registran los costos de producción, dado que se estima muy difícil que los precios de venta pueda alcanzar una mejora que neutralice la pérdida de rentabilidad.

“Cabe destacar que con Rusia se encuentra disponible el Sistema General de Preferencias (SGP), por el cual la ciruela seca argentina goza de una preferencia arancelaria del 25%”. (La Argentina a diario, 2011)

De las 75 mil hectáreas implantadas de Mendoza, la ciruela para industria prácticamente ocupa 1/4. No obstante, la sostenida pérdida de rentabilidad hizo que durante la última década resignara superficie y que, en parte a causa de una cosecha pobre, las

exportaciones del sector ciruelero entre 2011 y 2012 se contrajeran 65%, tanto en facturación como en volumen.

“El problema de las economías regionales es muy grave en todo el país. Y en Mendoza no se ha tomado conciencia de la situación que particularmente se atraviesa en esta zona, motivado por la pérdida de rentabilidad en el sector primario y agroexportador. Como ejemplo, en 2004 con un kilo de fruta se pagaba la poda de tres plantas, hoy se necesitan 3 kilos para costear la poda de una sola”, detalla Luis Escartín, productor-exportador y presidente de la Específica de Agricultura de Alvear.

Uno de los inconvenientes que atraviesan los exportadores de ciruela a nivel local, es notable la reticencia de los productores que tienen ciruela desecada para vender su producto a los industriales exportadores, ya que los mismos especulan con lograr un precio mayor al estipulado en el convenio de la Mesa Provincial. (Flores, 2012)

Por otro lado, los empresarios están muy preocupados porque no pueden comprar materia prima en el mercado.

Las causas de dicha crisis son múltiples: desde la pérdida de competitividad, el tipo de cambio, los atrasos en 6 meses en los reintegros del IVA, cuando en Chile se realizan en 5 días, el aumento del costo laboral y la falta de oferta de ciruelas en el mercado que no les permiten a los industriales cumplir con los compromisos comerciales en el exterior del país.

Para el sector exportador se ha tornado un dolor de cabeza comprar la ciruela seca porque, según ellos, varios productores han pisado los stocks porque no están de acuerdo con los precios del convenio que firmó el sector por primera vez en la historia.

El punto que más preocupa es la imposibilidad de comprar ciruelas en el mercado interno, que atribuyen a la especulación que algunos productores estarían realizando para levantar los precios de convenio.

“Estamos compitiendo con un país que tiene una producción pareja todos los años con reglas claras y que paga aranceles de importación mucho más bajos que los nuestros, la única ventaja que tenemos es la calidad de nuestro producto”, señaló Salguero. (Uno San Rafael, 2012)

1.3. Comité de Exportadores de Ciruela de Mendoza

Actualmente cabe señalar la existencia del Comité de Exportadores de Ciruela de Mendoza (CECIM) que está integrado por 15 empresas y que poseen en conjunto una gran representación de las ventas externas de ciruela seca del país.

Este comité funciona dentro de la Cámara de Comercio Exterior de Cuyo y su principal objeto es promover el producto en el mundo principalmente desde un elemento diferenciador como lo es la calidad de la fruta de la provincia. Otro objetivo perseguido es la

fijación de líneas de acción del sector, que sumado a lo anterior contribuyan a aumentar las ventas externas de este producto. (Cámara de Comercio Exterior de Cuyo, 2012)

En base a investigaciones realizadas sobre el panorama de las limitaciones del sector externo de la ciruela desecada se puede observar que el sector sur de la provincia menciona a la dificultades para obtener la materia prima a causa de las contingencias climáticas u otros factores como uno de los principales obstáculos y determinante de la variación en las cantidades exportadas debido a la gran influencia que están teniendo en determinados años tanto las tormentas de granizo, heladas, zondas y altas temperaturas en periodos claves provocando importantes pérdidas de la producción de la región en determinados años y en contraste otros años de superproducción en dicho producto, impactando así en la oferta de ciruela desecada al exterior y por ende en los mercados internacionales principalmente cuando no se han podido atender a los pedidos del exterior por falta de producción, generando así la necesidad de tener que recurrir a exportar la materia prima desde Chile para evitar pérdidas de mercados para años posteriores. Otros factores de importancia que aceleraron la crisis del sector fueron el del financiamiento principalmente originado por los atrasos en los recuperos de IVA exportador que en algunos casos llega hasta los 6 meses y el problema de la escases del agua que está sufriendo la provincia en los últimos años. Si bien, la falta de rentabilidad, debido al incremento de los costos en una mayor proporción que los precios del producto, también es una preocupación importante para el exportador de este tipo de producto, la misma se ha mantenido aun durante el tiempo de estudio en un nivel aceptable, no siendo el principal limitante esto al momento de decidir una venta al exterior de este tipo de producto. (Marin, 2012)

En oposición a lo mencionado anteriormente se debe mencionar al clima y al suelo como factores positivos con que cuenta la zona sur de la provincia de Mendoza para producir este tipo de cultivos con relación a otras regiones del país impactando en la cantidad de producción que es posible obtener por cada hectárea cultivada. Esto también se ve reflejado en el empleo de fertilizantes e insecticidas que son necesarios emplear para obtener una producción acorde con la calidad exigida por el mercado internacional. (Marchesi, 2012)

2. EXPORTACIONES DE FRUTAS FRESCAS

Tabla Nº 2: Exportaciones de frutas frescas en dólares (FOB)

| Año | Peras frescas | Duraznos frescos |
|------|---------------|------------------|
| 2000 | 25.582.272,00 | 295.066,00 |
| 2001 | 19.426.342,00 | 1.015.239,00 |
| 2002 | 24.353.196,00 | 1.119.907,00 |
| 2003 | 31.067.088,00 | 1.105.239,00 |
| 2004 | 32.195.266,00 | 1.126.222,00 |
| 2005 | 43.630.890,92 | 2.105.758,70 |
| 2006 | 43.877.522,57 | 3.516.200,29 |
| 2007 | 56.324.142,41 | 3.643.003,46 |
| 2008 | 70.347.116,00 | 3.317.685,00 |
| 2009 | 69.848.436,51 | 2.996.262,98 |
| 2010 | 69.539.396,89 | 2.997.125,69 |

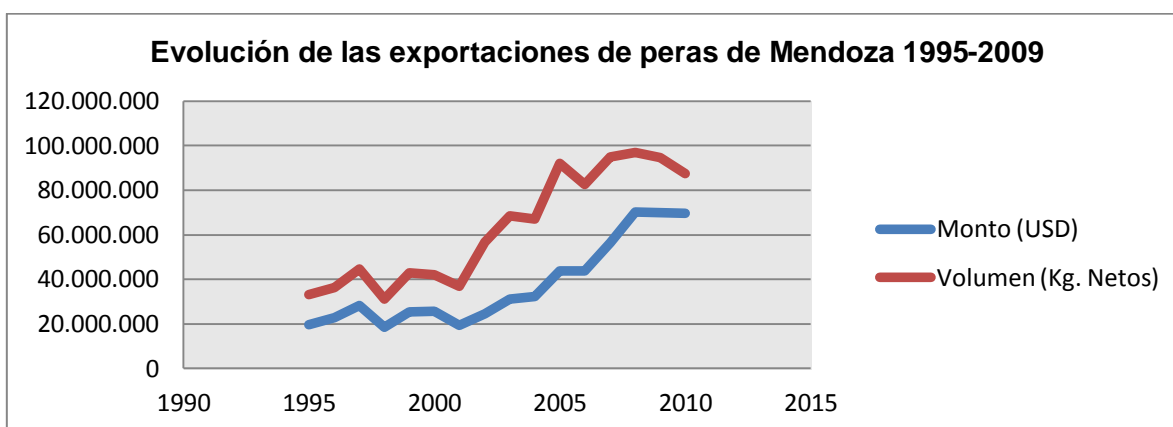
Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación ProMendoza

El principal producto exportador del sector fresco es la pera. La pera junto con el durazno, tiene una oscilación de baja y aumento de un año a otro muy marcado.

Las frutas y hortalizas se exportan prácticamente en un 80% a Brasil. La dependencia de un solo mercado vuelve al sector más vulnerable ante cambios en la política exterior, comercial y financiera de ese país. El segundo destino es España que representa un 2% del monto total exportado en el período estudiado.

2.1. Exportaciones de peras

Gráfico Nº 2: Exportaciones de peras de Mendoza



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación ProMendoza

Según el Censo Frutícola provincial (Instituto de Desarrollo Rural, 2010), se puede caracterizar a la producción de pera, así como al producto en si, tal como sigue a continuación:

La pera es una especie del grupo de los frutales de pepita. Es una especie de fácil adaptación a distintos medios, tanto con respecto al clima como al suelo, ya que junto con la ciruela es una de las más resistentes a suelos pesados. Existen diferentes especies comestibles, entre las que se destacan, además de la pera común, la pera asiática. Las peras comunes pueden ser de dos tipos, amarillas, las de mayor difusión en Argentina y las rojas, en auge. En el mundo hay una amplia gama de variedades, sin embargo en Argentina el panorama varietal es bastante acotado.

La pera es un alimento que se consume principalmente como fruta fresca, aunque se deriva una menor proporción a industria. Los productos resultantes de esta última son pulpas, jugos, peras en mitades y trozos para cóctel de frutas. El producto en fresco tiene una enorme ventaja, compartida con el resto de los frutales de pepita, que es el extenso período de conservación, lo que permite tener pera casi todo el año.

La pera es una especie de producción mundial de climas templados, de amplia difusión. La República de China lidera ampliamente la producción del cultivo, seguido por Italia, EEUU, España y Argentina. El primer país citado contribuye con una producción más de 10 veces superior, al segundo productor, aunque la producción china se centra mayoritariamente en peras asiáticas. La Argentina ocupa un lugar destacado en la comercialización del producto en fresco, según USDA (United States Department of agriculture) es el principal exportador del producto en fresco, y junto con el resto de los países productores del hemisferio Sur (Sudáfrica, Chile) aprovechan las ventas en contra estación a los mercados del Hemisferio Norte.

En nuestro país, la provincia de Río Negro alcanza el 70% de la producción nacional. La provincia de Mendoza produce aproximadamente el 15 % del total nacional, valores similares a los de Neuquén.

La pera, junto con la ciruela para industria, es uno de los frutales precursores de la fruticultura en la provincia de Mendoza, por eso se observan en esta especie plantaciones más antiguas y cercanas a los centros poblados iniciales en cada departamento.

Las distintas variedades difieren en los requerimientos de frío necesarios para alcanzar la floración, pero en términos generales los perales requieren cerca de 900 a 1000 horas de frío, por debajo de 7,2°C durante el invierno para salir de su reposo. Resiste temperaturas de -18°C a -20°C y hasta -40°C en pleno reposo invernal. Durante la fructificación es sensible a las elevadas temperaturas, las que disminuyen la calidad del fruto.

Los suelos óptimos para plantar peral son aquellos cuyo pH se encuentra entre 6,5 y 7,5, fértiles, con una profundidad mínima de 50 cm, no salinos, cuando se utiliza como pié al membrillero. Para el caso de patrón franco, el pH puede alcanzar el 8,2 - 8,3.

Para la planificación necesaria de un sector frutícola se hace imprescindible contar con información fidedigna y actualizada, la misma se apoya en tres pilares: información técnica, información social e información geográfica. Esta se encuentra actualizada en el Censo Frutícola Provincial 2010 de la provincia de Mendoza.

El territorio mendocino por la particularidad de su composición geográfica y climática le ha permitido al hombre transformar el espacio y así desarrollar diversas actividades económicas como la agricultura, y específicamente la fruticultura. Es por ello que, se ha desarrollado de manera óptima desde el inicio.

El cultivo del peral se encuentra extendido en toda la Provincia aunque las mayores implantaciones se localizan en la región del Valle de Uco y el Sur. La actividad en este sector se logra articular a través de las rutas provinciales y nacionales que atraviesan los departamentos productores.

En cuanto a la infraestructura productiva, se puede mencionar que a escala provincial existen 86 galpones de empaque que procesan la pera en diversos porcentajes. De ese total, 49 cuentan con cámaras frigoríficas es decir que el resto depende de un frigorífico externo para almacenar la producción, lo cual trae aparejado mayores costos.

Por la importancia de esta especie para el mercado en fresco, los galpones de empaque que procesan pera son de gran envergadura en cuanto a superficie y volumen procesado, e incluso, la capacidad de procesamiento de las líneas, debido a la incorporación de tecnología, es superior al procesamiento de otras especies.

El Censo indica que a nivel provincial y según el tipo de sociedad, el 80% de las propiedades con peral está conformada por Productores Individuales.

En Mendoza, la producción se realiza exclusivamente bajo condiciones de riego y el agua es un recurso escaso en esta zona geográfica, el cual se ha agravado las últimas temporadas por lo cual el manejo adecuado del mismo es indispensable.

La producción obtenida, tanto de fruta para consumo en fresco o para industria, puede ser comercializada por el productor a la industria o a través de un acopiador; también puede ser procesada por el mismo productor.

Considerando como referencia la superficie, se puede decir que el 62% de la producción se vende a alguna empresa transformadora, el 19 % se destina a procesamiento propio y el resto se vende a acopiador. En cuanto al destino final, el 49 % se destina a consumo en fresco, el 48,6 % se industrializa y el resto es para secado.

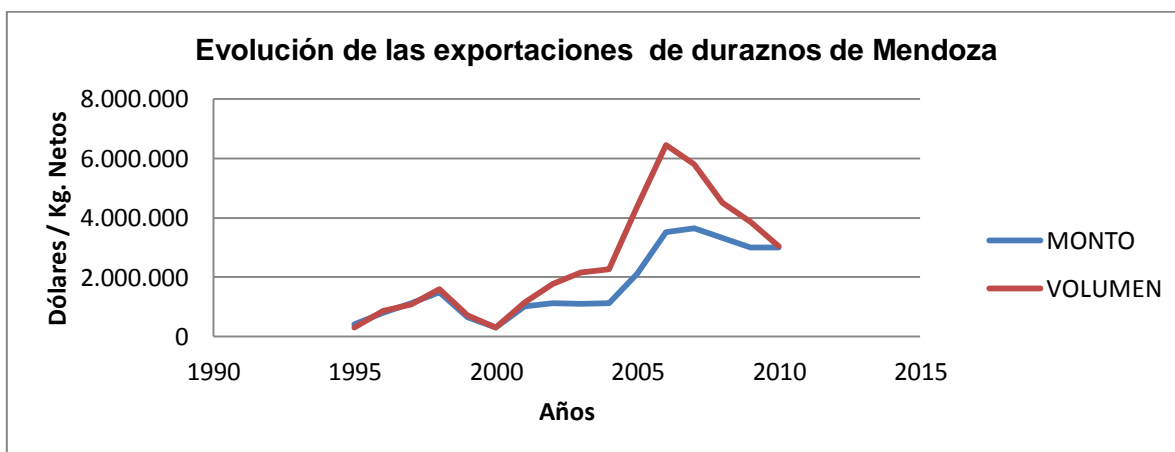
Los principales compradores de peras en fresco argentinas son Brasil (26%) y la Federación Rusa (25%), Italia (10%), Estados Unidos y Holanda (8% ambos). A nivel mundial en el 2007/2008 las importaciones de peras superaron las 2.3 millones de toneladas.

En un período de nueve años (2000-2008) se registró una tendencia al alza en las colocaciones de pera argentinas en el mercado internacional. Su participación en el 2000 fue del 17%, mientras que en el 2008 alcanzó el 21%. Argentina ocupa el primer sitio entre los países oferentes que conservan su regularidad de oferta con variedades como la William's (que es la de mayor demanda por su alto reconocimiento en el mercado internacional) y Packham's Triumph.

El valor de la producción de peras para el último periodo calculado 2009/10 fue de \$70.147,6 (en miles de pesos) siendo mayores los precios de la fruta por una disminución en el volumen de cosecha, producto de los efectos climáticos.

2.2. Exportaciones de duraznos

Gráfico Nº 3: Exportaciones de duraznos de Mendoza



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación ProMendoza

El durazno es originario de China, pertenece a la familia de las rosáceas, y actualmente se cultiva en casi todo el mundo. Los principales exportadores son la Unión Europea, EE.UU., Chile y China. ‘

El mercado mundial está dominado por China, con más del 63 % de la oferta mundial, mientras que los Estados Unidos y la Unión Europea (UE-27) se suman para un 32 %. El consumo en fresco mundial se pronostica que se mantendrá estable con un mayor consumo en China pero una reducción del mismo en la Unión Europea.

Las exportaciones mundiales se estiman en cerca de medio millón de toneladas, creciendo un 5 por ciento. Los principales exportadores son Unión Europea, EE.UU., Chile y

China. El crecimiento en las exportaciones se da en Chile y China, y es algo compensado por reducciones en las exportaciones de la UE-27. Rusia sigue siendo el principal importador mundial, seguido por EE.UU., Canadá y la UE-27, en ese orden.

Sudáfrica también aumentó un 15% sus exportaciones de durazno y su estimación actual es de 1,1 millones de cajas que representan en conjunto el 53% de las exportaciones de durazno para esta temporada de ese país.

Los principales destinos para las exportaciones de durazno son Sudáfrica, el Reino Unido, Europa y Rusia.

El durazno es uno de los frutales de clima templado que presenta mayor riqueza varietal y en la Argentina, se ve potenciado por la gran extensión en latitud y los diferentes climas que favorecen su producción en diferentes momentos del año.

Argentina es el mayor productor de duraznos del MERCOSUR y se encuentra entre los tres principales oferentes del Hemisferio Sur, logrando que sus productos ingresen en los mercados del Hemisferio Norte en contraestación.

En cuanto a las exportaciones, el último año Argentina incrementó su participación en el exterior con respecto al año anterior, en cuanto a los volúmenes, mientras los valores siempre se mantuvieron firmes.

En 2011 el principal destino de las exportaciones argentinas de durazno fue Brasil con el 79%, le siguen Reino Unido con el 7%, Bolivia con el 6% y España con el 2%.

Las estadísticas muestran que las exportaciones de este producto se mantienen relegadas. Los costos, la calidad y las variedades obtenidas se mencionan como las causales que impiden el desarrollo de los destinos externos. (Asociación de Empresas de Alimentos de Chile, 2012)

2.3. Reconocimiento de EE.UU como libre de mosca de los frutos a los oasis del centro y sur de Mendoza

En el último año, el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) reconoció a los Oasis del Centro y Sur de Mendoza como áreas libres de mosca de los frutos, lo que mejora las condiciones de acceso de las frutas y hortalizas de la provincia cuyana al país del Norte. Esto permite estimar un crecimiento exponencial de las exportaciones del sector, según consideró la Cancillería argentina.

La medida del Departamento de Agricultura estadounidense elimina el tratamiento exigido en la actualidad, lo que reducirá costos de exportación y facilitará la logística de comercialización, en particular de duraznos, ciruelas, peras y damascos. Para las autoridades argentinas "en el mediano plazo se ofrece una oportunidad de acceso a

productores de otras frutas y hortalizas que no se exportaban, por no tolerar el tratamiento de frío que les era exigido hasta el momento".

Al eliminarse este tratamiento, la fruta mantiene su calidad durante más tiempo y facilita la competencia con el resto de los países proveedores. Pero, pese a ello existe un alto nivel de dificultad, para encontrar empresas dispuestas a enviar sus productos al país norteamericano ya que en el sector frutícola se habla de baja rentabilidad. Para ir a Estados Unidos hay que invertir y no cualquiera puede hacerlo. Los productores saben que la venta de mercadería a ese destino dejará poca o ninguna rentabilidad por lo que sería necesario buscar algún otro incentivo además de la ganancia, según lo que comentó el presidente de Iscamen. (Edición Cuyo, 2011)

"A los problemas de falta de competitividad que jaquean al sector productor y exportador de frutas frescas, se suma una caída interanual del 50% de las remesas a Brasil y la fuerte contracción del mercado europeo.

El sector se enfrentará a una situación límite, con costos que, en el último año han aumentado 20% promedio respecto de la temporada anterior; además de un tipo de cambio nominal desfavorable y una marcada incertidumbre sobre los precios que llegaría a obtener por sus productos". (Zalazar, Mariano, 2012)

Un buen nivel de actividad, mayor producción, costos más elevados, y caída de rentabilidad fue la ecuación económica que tuvo en 2011 el sector frutícola en el país. Para 2012, el mejor escenario esperable es que las cosas sigan igual. En un contexto en el que la demanda externa se verá afectada por la crisis global en los principales mercados de exportación (Italia, España, Países Bajos, Estados Unidos) y con Brasil andando a ritmo más lento, las cosas se pondrán difíciles.

El año 2011 terminó con un crecimiento promedio de 20% en toda la cadena productiva de las frutas. En los últimos meses, el alza de los costos, entre 25% y 28%, según los mercados, la suba marginal en los precios internacionales que fue de -2,8% promedio, pero los empresarios se quejan de la baja rentabilidad por la que está atravesando el sector. En el 2012 el aumento de costos internos, produjo una reducción de la rentabilidad sectorial en todos los eslabones de producción, y esto ha comenzado a generar pérdidas, obligando a algunas empresas a suspender sus exportaciones.

"En los últimos años se está produciendo un deterioro de los ingresos, producto del proceso inflacionario de los costos, lo que ocasiona una creciente pérdida de competitividad en los mercados externos y, con ello, de rentabilidad de toda la cadena agroindustrial", aclara Oscar Martin, presidente de la Cámara Argentina de Fruticultores Integrados (CAFI), que agrupa en especial a productores de peras y manzanas del Alto Valle.

El empresario recuerda que los costos de empaque y logística superan lo previsto y dice que siendo una actividad no formadora de precios, no se espera que los precios suban. Por el contrario, “en función del contexto internacional, es altamente probable que bajen”, dijo.

“Pero productos emblemáticos como es el caso de las peras deben lidiar además, con la competencia de Chile, Sudáfrica y Nueva Zelanda, que desde hace años vienen ganando productividad”. (Diario Los Andes, 2012)

Entre las medidas que están solicitando los empresarios del medio para mejorar la situación incluyen la eliminación o reducción de los derechos de exportación a la fruta en fresco y llevar al 10% el actual reintegro de casi 5% a las exportaciones de frutas frescas de carozo y pepita. Además se debería agilizar la devolución del IVA a las exportaciones que en la actualidad en la mayoría de los casos supera los 6 meses y llega al año y además se pide la creación de un fondo compensador de las exportaciones de fruta en fresco de Mendoza, con un aporte estatal de U\$S 1 por caja exportada.

También reclaman el subsidio del 70% del costo variable del servicio de frío, un subsidio total o parcial del costo de transporte, entre Mendoza y el Puerto de Buenos Aires, de la fruta fresca mendocina exportada a la Unión Europea y una reducción en un 50% la alícuota de aportes patronales que pagan por sus empleados permanentes y temporarios, mientras dure la crisis de rentabilidad del sector.

Al tiempo que reconocía que las perspectivas para la fruta fresca (entre otros sectores) “no son buenas”, Cristian Correa mencionaba, entre los instrumentos en estudio, “un esquema de fondo rotatorio para financiar sin costo, a los exportadores, un monto equivalente al IVA que están esperando recuperar” y “un subsidio directo para disminuir el costo de los fletes”.

Sobre las retenciones a las exportaciones, el funcionario admitía que “algunos sectores necesitarán devolución de retenciones para poder ser competitivos” y se mostraba partidario de replicar en otros sectores el criterio de devolución de retenciones a las exportaciones vitivinícolas “que nos permiten financiar proyectos para el sector”. (Zalazar, Mariano, 2012)

Acerca de las limitaciones que presenta este sector de la actividad frutícola orientada al mercado extranjero se observó que el problema más recurrente y principal causante de la variación del nivel de exportación de un año a otro con que cuenta la provincia es el factor climático, seguido por la falta de rentabilidad que es determinante al momento de decidir si exportar o no el producto en cuestión, producido este por el proceso inflacionario de los costos, lo que ocasiona una creciente pérdida de competitividad en los mercados externos, mientras que el problema del financiamiento, el del agua y los requerimientos de calidad

fuero de menor importancia según las opiniones sobre el tema. En estos porcentajes tiene mucha influencia la situación de que son principalmente los medianos y grandes galpones de empaque y centros acopiadores los que tienen acceso a los mercados del exterior ya que los pequeños productores individualmente no poseen los medios necesarios, ya sea por las cantidades de producción o tecnología, para poder acceder a ventas al exterior del país.

Entre las ventajas que presenta la provincia en relación con la producción y exportación de frutas frescas se reconoce a la composición geográfica y climática como una de las principales ya que las mismas favorecen al cultivo de determinadas variedades que no son posibles producir en otras regiones del país. Además es conveniente mencionar la posición estratégica dentro del contexto internacional con que cuenta la Argentina debido a que la producción se obtiene en contra estación con respecto al hemisferio norte evitando la competencia de los productos de los países del mismo y fortaleciendo por lo tanto la exportación de dichos productos. También es conveniente mencionar como un hecho positivo para la provincia el reconocimiento de la misma por parte de Estados Unidos como zona libre de moscas para dichos productos, ya que esto habilita nuevas oportunidades de exportaciones para sus frutas y hortalizas y la disminución de los costos que este tratamiento implicaba para exportar los mismos. (Marchesi, 2012)

3. EXPORTACIONES DE HORTALIZAS

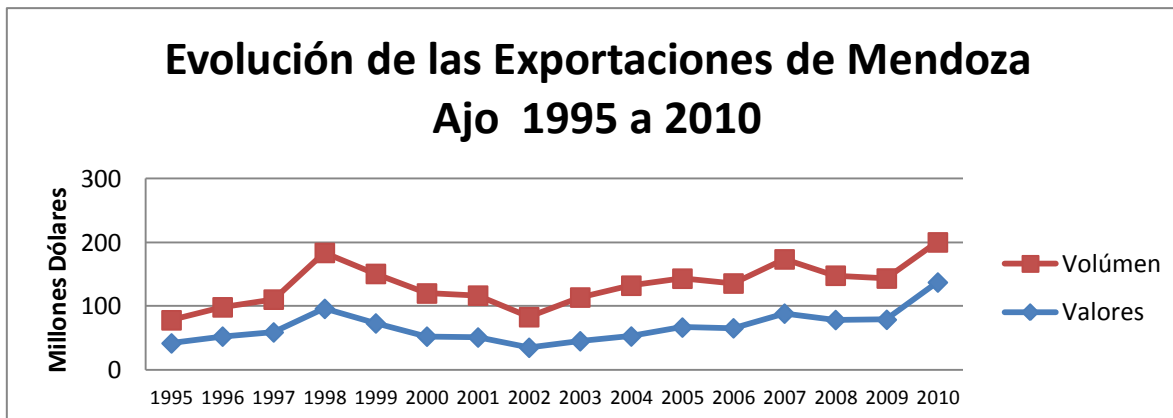
Tabla Nº 3: Exportaciones de hortalizas de Mendoza en dólares FOB

| Hortalizas en Fresco | Ajos | Cebollas |
|----------------------|----------------|---------------|
| 2000 | 52.603.004,00 | 1.888.282,00 |
| 2001 | 51.260.164,00 | 3.365.117,00 |
| 2002 | 35.149.496,00 | 1.699.309,00 |
| 2003 | 45.363.412,00 | 3.562.236,00 |
| 2004 | 52.802.802,00 | 4.333.348,00 |
| 2005 | 66.850.049,95 | 3.719.526,58 |
| 2006 | 65.708.195,90 | 6.125.792,24 |
| 2007 | 88.656.334,66 | 7.965.059,75 |
| 2008 | 78.660.479,00 | 11.541.579,00 |
| 2009 | 79.018.084,00 | 7.016.477,40 |
| 2010 | 137.531.892,15 | 15.263.446,68 |

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación ProMendoza

3.1. Exportaciones de ajo

Gráfico N° 4: Exportaciones de ajo de Mendoza



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación ProMendoza

El ajo es uno de las más poderosas medicinas naturales existentes, además de ser un excelente saborizante para las comidas. Científicos e investigadores han confirmado la capacidad natural de este vegetal para disminuir el colesterol y la presión sanguínea, importantes causantes de problemas cardiovasculares. Además, el ajo crudo presenta una increíble capacidad de estimular el sistema nervioso.

Esta sorprendente hortaliza posee la capacidad de proteger el organismo humano contra las toxinas que se encuentran en el ambiente que nos rodea. El ajo mendocino no sólo posee cualidades fitosanitarias incomparables sino también un sabor especial que permite darle un toque exquisito a sus comidas convirtiéndose en un distintivo de la cocina inmunológico, actuando como un potente antibiótico, especialmente activo contra infecciones causadas por diferentes virus y bacterias protegen las membranas de las células así como también el ADN.

Mendoza es la principal productora de ajo de la República Argentina, con una producción anual de aproximadamente 120 millones de kilogramos de ajo blanco, colorado y pdn-úcia. Debido a sus condiciones climáticas y de suelo, Mendoza presenta el medio ideal para el desarrollo de un ajo de calidad excepcional, libre de plagas y mediterránea por excelencia. Mendoza ofrece su ajo blanco a partir del mes de noviembre hasta marzo, mientras que la disponibilidad de nuestro ajo colorado se extiende desde enero hasta julio.

Esta contraestacionalidad permite estar presente en los mercados mundiales cuando no existe oferta de otros importantes productores y poder satisfacer la demanda de ajo fresco durante estas fechas.

La calidad de nuestro ajo ha permitido su exportación a numerosos destinos, entre los que se destacan: Brasil, Estados Unidos, Francia, España, Bélgica, Italia, etc.

Las exportaciones mendocinas de ajo han crecido sostenidamente en los últimos años, demostrando así que los consumidores mundiales reconocen la calidad de nuestro producto. (Fundación Promendoza, 2004)

Por otro lado en la actualidad la presencia de producto chino en Brasil y la pausa estacional entre la primera y segunda tanda de operaciones con Europa, mantienen frenados los envíos de ajo argentino al exterior.

La rentabilidad de la producción de ajo es cada vez menor. La mayor preocupación de los productores agrícolas, es la rentabilidad de sus cultivos, la que resulta de la diferencia entre los costos de producción y lo que cada agricultor pueda ganar con las ventas.

Sin embargo, la debacle financiera global y la consecuente caída de los precios en el mundo han generado problemas que atentan contra aquella deseada rentabilidad.

Según los economistas especializados, producir ajo hoy en día cuesta cerca de \$10.890 por hectárea, con un valor unitario por kilo de \$0,99, en el que se reúnen las tareas de implantación, mantenimiento y mano de obra, entre otras. El precio pagado al productor, estimado para el ajo colorado en seco, asciende a \$0,66 el kilogramo, es decir sólo \$7.260 por hectárea. Esto demuestra que el sector ajero está perdiendo más del 30%. O lo que es lo mismo: no existe rentabilidad alguna en el negocio del ajo.

Por otro lado, vender el producto en el exterior, implica además tener que negociar con los compradores, en su mayoría brasileños, que “tiran abajo el precio”, porque no pueden pagar más. Así lo expresaba días atrás el ex presidente de la asociación que reúne a los productores y exportadores de ajo, José Spitalieri. (Mendoza Económico, 2008)

A lo anterior, se puede agregar que el mercado brasileño sigue saturado con la mercadería oriental que llega en grandes volúmenes desde los comienzos de la segunda mitad de 2011, cuando el gobierno del vecino país eliminó las licencias automáticas para ingresar ajo de Argentina.

La mayoría de los exportadores mendocinos exportaron muy pocas cajas con ese destino porque, por la competencia china, los precios son muy bajos. Brasil ofrece pagar entre 9 y 10 dólares la caja de ajo puesta en galpón de empaque, en Mendoza, y ése es el costo del producto sin contar el ajo, según lo que revelo José Spitalieri, presidente de la Asociación de Productores, Empacadores y Exportadores de Ajo de Mendoza (ASOCAM). El mismo asegura que este año se enviaron a Brasil, entre todos, apenas el 20% de lo que se había colocado en ese mercado, a la misma altura de la temporada pasada; y que los que están mandando algo, es porque necesitan obtener efectivo por alguna situación particular. Agrega que es frecuente que muchas empresas envíen ajo a Brasil en consignación, pero los precios son tan bajos que no cree que alguien lo esté haciendo este año.

Desde Asocam se advierte que "los productores están muertos; hay muchos que no han cuidado el ajo porque no tiene precio, y directamente les han pasado el disco", por lo que aseguran que va a ser un año muy difícil para quienes no tengan resto financiero. Y para los que lo tengan, también. Hacia fines del año pasado, desde la Asociación ya se advertía que al final de esta temporada comercial, podían caer hasta un 40% las exportaciones totales del producto.

En la campaña pasada Argentina exportó entre 10,5 y 10,6 millones de cajas de ajo y este año bajaría a entre 6 y 7 millones, según estimaciones del sector privado. Pero esas proyecciones podrían quedar cortas, si se considera que la realidad parece no haber cambiado sustancialmente.

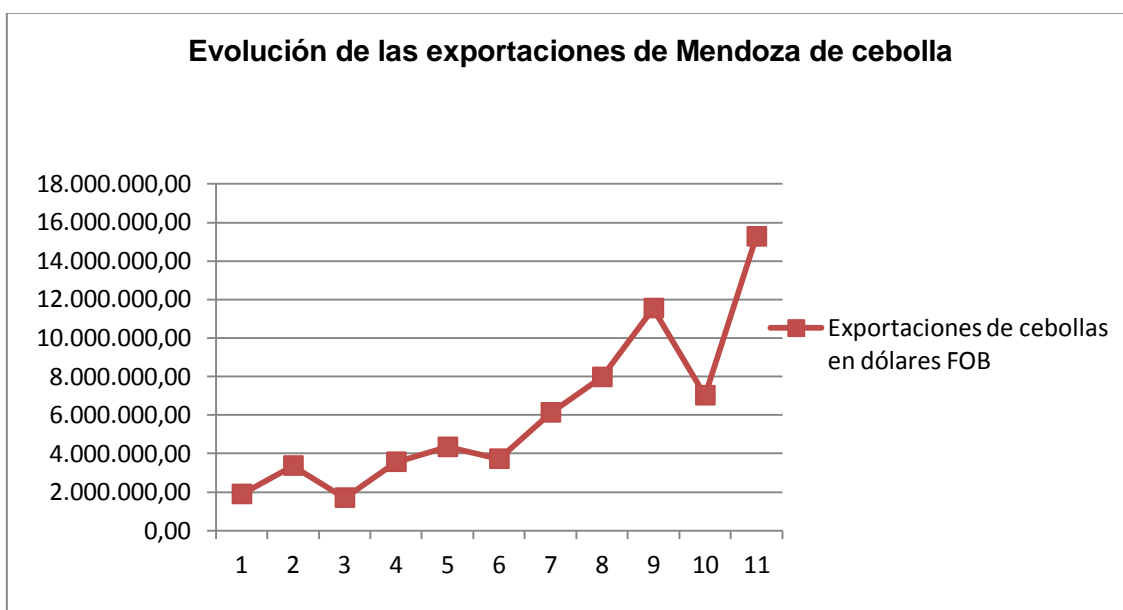
Por otra parte, José Spitalieri se lamenta porque "no hay señales del gobierno nacional sobre el reconocimiento de los mayores costos por los fletes; porque la Presidenta Cristina Fernández había prometido devolver los gastos por fletes de más de 1.000 kilómetros".

Sin embargo, Carleti insiste en que la devaluación del peso es la salida más "correcta y oportuna" para mejorar la rentabilidad.

En esto coincide con los ajeros, sólo que éstos lo piden a gritos por la situación extrema que están viviendo.

3.2. Cultivo de cebolla

Gráfico Nº 5: Exportaciones de cebolla de Mendoza



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación ProMendoza

La cebolla ocupa el segundo lugar, de acuerdo al volumen producido, entre las principales hortalizas a nivel mundial. La producción de América Latina representa el 9% de la producción mundial, siendo los principales productores México, Brasil, Argentina, Colombia y Chile.

En Argentina se cultivan anualmente alrededor de 20.000 ha, que representan una producción de 450.000 toneladas. Esta superficie incluye cebollas de días cortos, intermedios y largos, así como las destinadas al consumo en fresco y a la industria. Tanto el área sembrada, como los rendimientos muestran una tendencia creciente, motivada por el aumento de las exportaciones.

La cebolla, junto con el ajo, representan los principales rubros dentro de las exportaciones de hortalizas frescas de Argentina. Las perspectivas para el sector son promisorias. Pero, para continuar teniendo éxito en mercados cada vez más competitivos, es necesario mejorar aún más la calidad y el rendimiento.

Argentina presenta ventajas comparativas para producir cebolla, como contar con adecuadas condiciones climáticas; poseer una tradición en el cultivo de ésta especie, haber desarrollado tecnología propia adaptada a las condiciones locales y producir a *contraestación*, hecho que permite exportar a mercados del hemisferio norte.

El comercio internacional de cebolla ha registrado aumentos significativos durante los últimos años, relacionado con el aumento de las importaciones en un 16%, principalmente en Europa, Asia y Norteamérica. En Asia se destacan países como Malasia, Japón y Arabia Saudita y en Europa Inglaterra, Alemania y Francia, Egipto, Estados Unidos, México, Chile, Argentina. Mientras que India, Holanda, España, Polonia, Australia y Nueva Zelanda, son los principales países exportadores, siendo los ubicados en el hemisferio sur, los principales competidores de nuestro país.

Los principales destinos de las exportaciones argentinas son Brasil, Uruguay, Alemania, Holanda, Inglaterra y, en menor medida, Italia y Francia.

Por otra parte se puede agregar que la producción brasileña de cebolla en la última década manifestó una tendencia creciente.

A pesar de contar con oferta de producto todo el año, las características varietales y las inclemencias climáticas hacen que Brasil importe cebollas normalmente.

Además es importante decir que de acuerdo con los tratados del Mercosur, no deberían existir aranceles para la cebolla argentina que ingresa en Brasil. De afianzarse la integración económica, las posibilidades son excelentes, especialmente para la cebolla cuyana, ya que existe en la zona tradición exportadora a ese país, de productos como ajo y cebolla, por lo que los canales de comercialización son bien conocidos.

Uruguay es un tradicional comprador de cebolla argentina. Se exportan a ese país alrededor de 1000 toneladas anuales.

Malasia, Arabia Saudita y Japón, son mercados potenciales, porque su producción resulta insuficiente para sus necesidades. Sin embargo debe tenerse presente la competencia de los exportadores de Oceanía, que dominan el mercado en razón de su cercanía. (Agrobit)

Entre las debilidades que posee la Argentina como exportador de este producto se menciona a la insuficiente organización y especialización exportadora, lo que no le permite conquistar potenciales mercados y a una gran fragilidad de controles en los puntos de salida de la producción hacia Brasil, lo que permite el contrabando y la subfacturación.

En Cuyo, las exportaciones a Brasil se realizan, en su mayoría, a través de compradores que adquieren el producto a granel en finca; la falta de organización en la comercialización impide garantizar calidad y volumen para exportar. La oferta varietal es aún insuficiente para responder a la demanda diversificada en el mercado externo extra.

Algunas prácticas tecnológicas en producción y, fundamentalmente, en acondicionamiento y empaque son inapropiadas para alcanzar niveles adecuados de rentabilidad y calidad. Los principales problemas identificados son: manejo de postcosecha, curado y almacenamiento de los bulbos; falta de desarrollo y aplicación de protocolos para la evaluación de la calidad; falta de difusión y adopción de tecnologías de riego, fertilización y manejo de herbicidas en algunos estratos de productores.

Hay problemas fitosanitarios, especialmente los causados por hongos del suelo en las principales zonas de producción del país, agravados por el monocultivo.

La organización e integración horizontal y vertical es muy escasa en Cuyo y en Santiago del Estero. Esto lleva a una pérdida de competitividad en los mercados, en términos de continuidad y calidad en la comercialización. En Mendoza, la atomización de los productores y la menor superficie cultivada dificulta el proceso.

Los cultivos para consumo en fresco no se hacen bajo contrato, lo que haría disminuir los riesgos del productor y asegurar continuidad y calidad.

No existe una estrategia colectiva para mejorar la competitividad del sector, ampliar mercados y fortalecer la participación de la Argentina en los mercados externos. Falta coordinación y organización entre las distintas zonas productoras. (<http://www.biblioteca.org.ar>)

3.2.1. Perspectivas para la exportación de cebollas:

Si bien la demanda ha aumentado durante los últimos años, el comercio internacional se ve sujeto a grandes fluctuaciones, tanto por los volúmenes como por los precios percibidos.

Para aumentar el precio o incentivar la demanda debería diferenciarse más el producto.

Es importante insistir en su importancia como producto alimenticio, o buscar variedades que generen nuevos hábitos de consumo.

Brasil aparece como el mercado más atractivo para la producción argentina a pesar de ser inestable, tanto en el volumen que requiere como en los precios que se obtienen, más aún si avanza la integración en el Mercosur.

El mercado europeo, a pesar de ser altamente competitivo, es una alternativa, especialmente para la zona productora del sur de Buenos Aires, por su cercanía a los puertos y su estructura de empaque.

El mercado de Estados Unidos y Canadá, puede ser interesante en la medida que se logre exportar por puertos del Pacífico.

Los mercados asiáticos si bien son ávidos de cebolla, están abastecidos por Australia y Nueva Zelanda, con quienes resulta difícil competir.

Las perspectivas para el sector cebollero argentino son alentadoras. Sin embargo es necesario realizar un trabajo mancomunado entre productores, exportadores y organismos de investigación, para enfrentar con eficacia un mercado de cebollas que aparece como altamente competitivo, tanto en el plano externo como interno.

Se debe procurar entre otras cosas, aumentar los rendimientos, disminuir los costos, diversificar la oferta de cebolla y conquistar nuevos mercados. (Agrobit)

En cuanto a las ventajas que pueda presentar el sector de exportación de hortalizas frescas de Mendoza en comparación con el resto de las provincias están relacionadas principalmente con las condiciones climáticas, el tipo de suelo y el sistema de riego con que la misma cuenta , ya que permite producir este tipo de hortalizas en forma natural sin el empleo de fertilizantes u otros agroquímicos o utilizándolos en los niveles mínimos y resultando así aptos para el consumo de los mercados más exigente y el empleo de la industria alimenticia. En contraste a lo mencionado anteriormente uno de los principales factores que impactan negativamente en la exportación de ajos de la provincia son los bajos precios internacionales que se manejan para este tipo de mercancía afectando gravemente a la rentabilidad del sector y en el mantenimiento de las cantidades exportadas de los mismos. A este problema de rentabilidades se agrega el colapso del mercado brasileño con la mercadería que llegó desde China y que también se ve reflejado en las disminuciones que se han producido en las exportaciones del último año. Para el caso particular de la cebolla existen varias causales compartidas que impactan en forma adversa en el nivel de exportación de este tipo de producto, pero que todas impactan principalmente en el nivel de demanda desde el exterior. Entre las que se pueden mencionar principalmente a la

insuficiente organización y especialización exportadora, la falta de organización en la comercialización que impide garantizar calidad y volumen exigidos, y la escasa organización e integración horizontal y vertical que posee la provincia y que conlleva a una pérdida de competitividad en los mercados, en términos de continuidad y calidad en la comercialización.

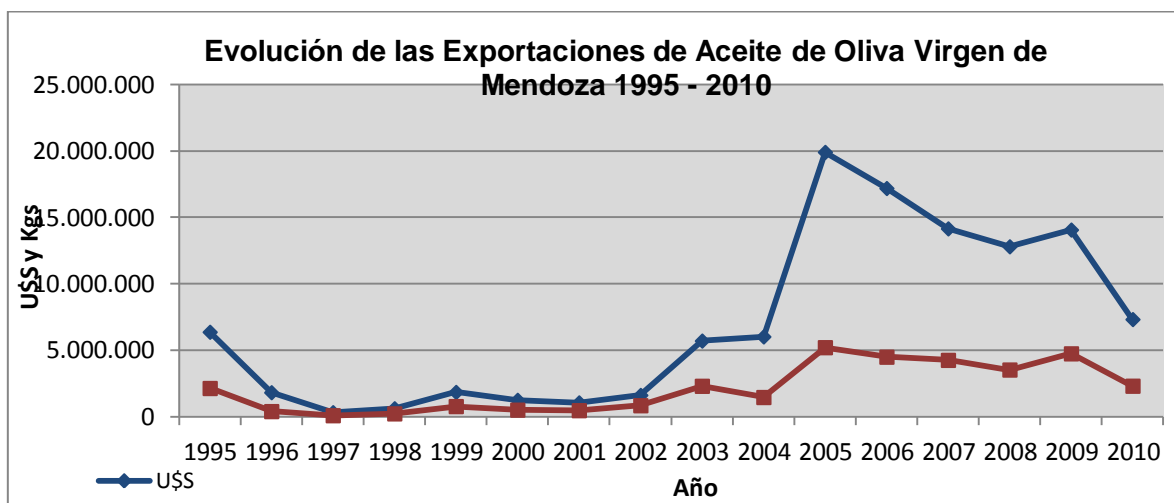
Aunque el clima fue mencionado como una de las principales virtudes con que cuenta la provincia para la producción y exportación de ajos y cebollas, también puede resultar un limitante para la misma en los años en los cuales es muy castigada por las tormentas de granizo, pero este factor si bien afecta a la producción total no es el principal determinante de las variaciones de la exportación de un periodo a otro, que como se menciono anteriormente depende preponderantemente de la rentabilidad del producto.

4. EXPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA

Tabla Nº 4: Exportaciones de aceite de oliva de Mendoza en dólares (FOB)

| Año | Aceite de Oliva Virgen |
|------|------------------------|
| 2000 | 1.243.792,00 |
| 2001 | 1.049.451,00 |
| 2002 | 1.611.183,00 |
| 2003 | 5.703.138,00 |
| 2004 | 6.014.620,00 |
| 2005 | 19.908.269,66 |
| 2006 | 17.185.803,23 |
| 2007 | 14.147.847,04 |
| 2008 | 12.797.021,00 |
| 2009 | 14.059.558,21 |
| 2010 | 7.318.093,37 |

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación ProMendoza

Gráfico Nº 6: Exportaciones de aceite de oliva de Mendoza

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación ProMendoza

“La Argentina es el décimo productor mundial de aceitunas en conserva, y el onceavo de aceites de oliva; ocupa el segundo lugar en América, después de Estados Unidos.

Las principales provincias con mayor cantidad de superficie implantada son: Catamarca, La Rioja, Mendoza, San Juan, Córdoba y Buenos Aires.

Alrededor del 65% de la superficie implantada a nivel nacional son variedades aceiteras y el 35% restante, variedades para conserva o doble propósito.

El cultivo vegeta mejor en climas secos, templado cálido con inviernos cercanos a 0°C, con menor incidencia de enfermedades criptogámicas, en suelos calcáreos como en silíceos, pero requiere suelos profundos y bien drenados. Es un cultivo poco exigente en suelos para su desarrollo.

Existe una gran distribución de industrias aceiteras entre las provincias, quienes obtienen elevados niveles de extracción de aceites, ya que el desarrollo de la última década ha impulsado al sector a ampliar la capacidad fabril y a incorporar tecnología en la producción primaria.

Actualmente, los principales destinos de los aceites argentinos son, en orden de importancia, Brasil, EE.UU., Unión Europea y Japón.

En Mendoza el olivo es uno de los cultivos más destacables en la provincia, que creció históricamente junto a las actividades vitivinícolas, con más del 95% de sus plantaciones con edades mayores a 35 años.

La zona de producción se encuentra en los departamentos de Maipú, posee el 79% de la superficie olivícola provincial, y siguiendo en importancia: Rivadavia, Junín, San Rafael, San Martín, Guaymallén, Lavalle y Luján, con una superficie implantada de 13.700

ha, 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.

Los oasis productivos se caracterizan por poseer un clima semiárido con precipitaciones escasas que apenas alcanzan los 200 mm anuales concentradas en períodos primavera-estivales, debiendo complementar las necesidades hídricas de los cultivos con diversos sistemas de riego artificial como en las otras provincias del oeste argentino. Las temperaturas medias son de 15°C (máx. 42°C y mín. -10°C) y la humedad relativa promedio anual de 40-50%". (Consejo Federal de Inversiones)

Según el análisis hecho por el Gerente de la Cámara de Comercio Exterior de Cuyo, Mario Bustos Carra, en este momento la olivicultura está enfrentado un momento muy complicado. Este es un problema que abarca a todo el sector y a toda la cadena productiva.

Hay factores externos y factores internos que afectan negativamente a la producción olivícola y a muchas producciones agrícolas por no decir la totalidad de la producción de base agrícola de la provincia. En relación con las externas, yendo al tema de aceite de oliva se menciona a los subsidios de los países de la Unión Europea, de España principalmente, que colocan sus productos en Brasil más barato que lo que tiene el productor acá en su planta. Ellos aplican una política de subsidios, dan plazos de pago, posibilitan y llevan adelante una política comercial coherente con la necesidad que ellos tienen de reemplazar la caída que se les ha producido en el mercado interno por problemas de consumo.

Entre las causas internas están los cortos plazos para el ingreso de divisas, que entorpecen las negociaciones comerciales con el exterior, los inconvenientes en la interpretación de las normas, las trabas aduaneras, los cortos plazos de pago, el dólar que no acompaña y una inflación muy elevada. Al tener un dólar prácticamente estable con una devaluación del 7% y, una inflación del 25%; hay una inflación real en dólares del 18%. Lo cual es insostenible para cualquier economía del mundo.

Con una política comercial coherente con el exterior se puede competir. Pero si existen atrasos en el reintegro del IVA de las exportaciones, más una altísima presión tributaria, realmente se hace la cosa muy complicada.

Según el Gerente de la Cámara de Comercio Exterior de Cuyo, Mario Bustos Carra, acá no está en riesgo la rentabilidad, la palabra rentabilidad ya se perdió hace mucho con esta política equivocada. Acá está en riesgo la subsistencia del sector y de toda su cadena productiva.

4.1. Posibles soluciones⁴

Según el artículo periodístico redactado (Barboza, Romina, 2012), Mario Bustos Carra: “la palabra rentabilidad ya se perdió hace mucho tiempo”, se procede a continuación a realizar un resumen de algunas posibles soluciones al problema que atraviesa el sector olivícola en la actualidad.

En el tema de aceite de oliva, el gobierno provincial ha participado activamente llevando adelante una serie de medidas e instrumentos que permitan al sector afrontar el desfase financiero originados por el conflicto que se dio entre el Gobierno de Argentina y el de Brasil, que no permitían la exportación de aceite de oliva a dicho país.

El gobernador ha puesto en conocimiento del sector algunas actividades planificadas a futuro que permitirían ampliar los mercados de destino como también acciones que fomenten el consumo interno tanto de aceituna como de aceite.

A su vez, se comenzó a articular junto con las otras provincias productoras de aceituna para presentar algún proyecto en la Cámaras de Diputados y Senadores que permita hacer frente a esta apremiante realidad que presenta dicho sector en la actualidad.

Además, los miembros de la Cámara exterior de Cuyo se reunieron con la Cámara Olivícola de San Juan, fundamentalmente para tratar el tema de la adecuación de los salarios, ya que el sindicato de los aceiteros abarca, sobre todo, a los aceiteros de la Pampa Húmeda, los cuales manejan otros niveles de costos y poseen márgenes muy superiores a los del sector olivícola.

A nivel general según Mario Bustos Carra, “tenemos que salir a competir. Si faltan dólares, salgamos a buscarlos mediante las exportaciones. Entonces lo que tiene que haber es estímulo, que no se acorten los plazos de divisas, sino que se den facilidades para que ingresen divisas”. Por lo que según el mismo lo que se debería buscar siempre es estimular al sector exportador dando por ejemplo mayores facilidades para el ingreso de divisas y no tomando medidas como la disminución de los plazos para el ingreso de divisas.

4.2. Asociación olivícola de Mendoza (AsOIMen)

Dentro del ámbito de la Cámara de Comercio Exterior de Cuyo funciona la Asociación Olivícola de Mendoza, la cual está integrada por empresarios olivícolas que representan en conjunto aproximadamente el 80 % de la capacidad industrial de aceite de oliva.

⁴ El mencionado artículo se presenta en forma completa en el correspondiente anexo D.

Entre las principales tareas se mencionan la defensa y promoción del sector, el impulso de políticas conjuntas con otras entidades similares a nivel nacional, así como la representación de los industriales y productores de Mendoza ante las autoridades nacionales y provinciales, que permitan en conjunto, lograr un desarrollo y posicionamiento del sector olivícola a nivel mundial. (Cámara de Comercio Exterior de Cuyo)

De la información recolectada se puede observar que la exportación de aceite de oliva en Mendoza está concentrada en pocas empresas de un tamaño considerable, las cuales tienen que superar una serie de obstáculos o impedimentos. Pero las limitaciones con que cuentan dichas empresas están relacionadas principalmente con la falta de rentabilidad del sector a causa de la inflación, los costos elevados de producción, el tipo de cambio atrasado, y el marco impositivo, que generan presión y pérdida de rentabilidad por parte de los productores. También se puede agregar a los subsidios que otros países competidores otorgan a sus productos haciendo que se coloquen en el mercado internacional a un menor precio que los nacionales y a las dificultades para mantener un nivel de producción adecuado de un año a otro como otros motivos que impactan en la demanda externa. Esto se da principalmente a causa del clima árido con que cuenta la provincia de Mendoza que provoca inviernos en que las temperaturas mínimas superan los -10°C afectando desfavorablemente a los cultivos de olivos y provocando luego rindes de producción muy por debajo de los niveles normales. Acompañado a esto también se pueden mencionar a las heladas en periodos de floración y a las tormentas de granizo en periodos de producción como otros factores que afectan negativamente, aunque en menor importancia, de tal realidad.

Por otro lado, es necesario mencionar que la forma de riego con que cuenta la provincia, obteniendo agua de los ríos que la misma posee para irrigar sus cultivos se puede considerar como una fortaleza en relación a otras provincias independientemente del sistema de riego adoptado, provocando un abaratamiento en los costos del producto a exportar. Además la creación de la Asociación Olivícola de Mendoza puede significar una mejora considerable para el desarrollo del sector olivícola de la provincia al resultar una herramienta para la defensa de los intereses de las empresas que la integran y una forma de trabajar mancomunadamente hacia el logro de los objetivos comunes.

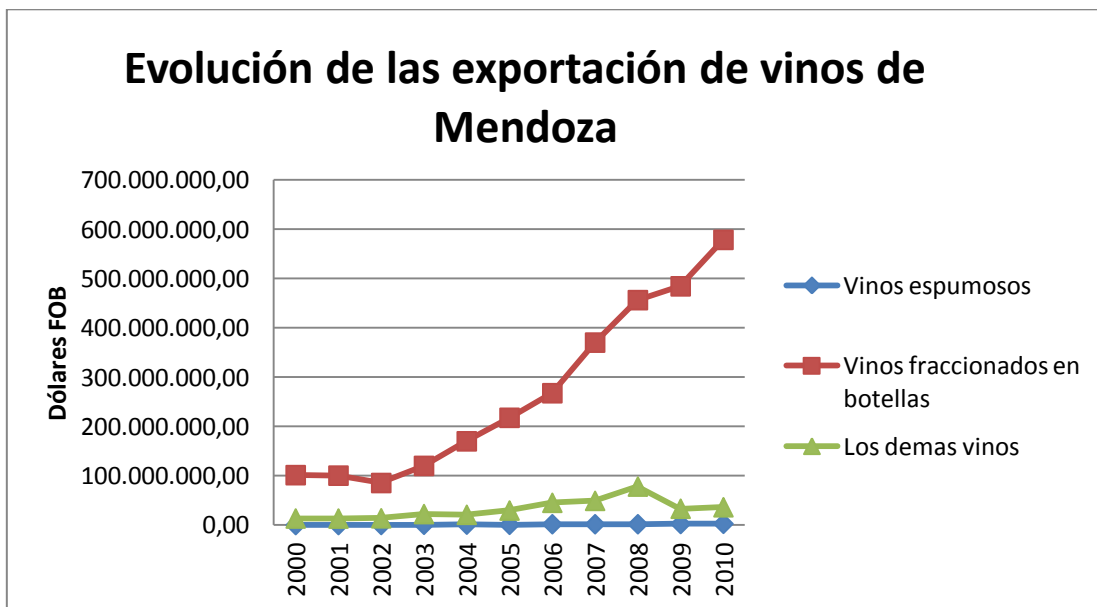
5. EXPORTACIONES DE VINOS

Tabla Nº 5: Exportaciones de vinos de Mendoza en dólares (FOB)

| Año | Vinos espumosos | Vinos fraccionados en botellas | Los demás vinos | Total |
|------|-----------------|--------------------------------|-----------------|----------------|
| 2000 | 29.831,00 | 101.307.081,00 | 13.359.347,00 | 114.696.259,00 |
| 2001 | 23.589,00 | 100.290.920,00 | 13.215.076,00 | 113.529.585,00 |
| 2002 | 187.368,00 | 85.378.996,00 | 13.796.994,00 | 99.363.358,00 |
| 2003 | 592.642,00 | 120.034.672,00 | 22.342.822,00 | 142.970.136,00 |
| 2004 | 862.335,00 | 169.957.190,00 | 20.855.483,00 | 191.675.008,00 |
| 2005 | 515.527,49 | 217.667.462,83 | 29.547.634,24 | 247.730.624,56 |
| 2006 | 1.695.629,51 | 267.606.689,71 | 45.193.923,70 | 314.496.242,92 |
| 2007 | 1.713.068,11 | 370.310.750,87 | 49.106.169,59 | 421.129.988,57 |
| 2008 | 1.677.638,00 | 456.514.541,00 | 78.145.262,00 | 536.337.441,00 |
| 2009 | 2.192.197,25 | 484.580.718,03 | 33.174.005,91 | 519.946.921,19 |
| 2010 | 2.585.847,11 | 578.817.124,06 | 36.145.569,74 | 617.548.540,91 |

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación ProMendoza

Gráfico Nº 7: Exportación de vinos de Mendoza



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fundación ProMendoza

5.1. Composición del sector en Mendoza

La provincia de Mendoza es la región vitivinícola más importante de Argentina, representando más del 75% de la producción nacional. Sus condiciones naturales como la

altitud (entre 500 y 1500 metros sobre el nivel del mar), aridez y suelos pedregosos y una marcada amplitud térmica entre el día y la noche, son el marco ideal para el cultivo de la vid.

La vitivinicultura en Mendoza comenzó hace más de cuatrocientos años durante la época colonial, cuando los jesuitas comenzaron a cultivar viñedos y crearon los primeros oasis irrigados, que marcaron la geografía de la Provincia.

5.2. Ventajas competitivas

Mendoza es privilegiada por un conjunto de características que potencian la competitividad y diversidad de sus vinos. Entre las principales se encuentran la calidad de sus suelos, un sistema de riego con agua pura de deshielo de la Cordillera de Los Andes, las favorables condiciones climáticas, una moderna infraestructura, tecnología de avanzada, y la tradición en la elaboración de vinos.

Los principales productos varietales que exporta la provincia se separa en tintos y blancos. Entre los tintos se encuentran principalmente los vinos: malbec, cabernet sauvignon, merlot, syrah y bonarda. Mientras, que chardonnay, chenin blanc, torrонтés, ugni blanc, semillón y sauvignon blanc, son los vinos blancos que más se destinan a la exportación.

Durante las últimas dos décadas las exportaciones de vinos de Mendoza han sufrido un incremento notablemente que se debió fundamentalmente a una excelente relación calidad-precio de los productos ofrecidos en el mercado mundial, así como también, a una política de promoción del producto más agresiva y constante, realizada en forma conjunta entre las bodegas y las distintas instituciones y organismos vinculados al sector vitivinícola. (Fundación Promendoza, 2012)

Anualmente, Mendoza posee el 80% de las exportaciones de vinos, según números estadísticos publicados por el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV).

5.3. Pérdida de competitividad

Haciendo un análisis de las estadísticas, los expertos de la industria vitivinícola no dudaron en señalar a la inflación como la principal responsable de la caída en los mercados.

Juan Carlos Pina, Gerente de Bodegas de Argentina recordó que entre 2003 y 2009, las exportaciones de vino en botellas crecieron a un promedio del 20% anual. Esto fue acompañado de un índice de inflación que se mantenía en un dígito y era posible mantener un precio altamente competitivo en el plano internacional.

El experto explicó que acompañando el aumento de la inflación, en 2009 el ritmo de crecimiento se redujo 10%. “Entre 2010 y 2011 se creció apenas entre el 3 y el 6%, mientras que este año, con una inflación superior al 20%, hay tendencia a una caída del 5%”.

En consecuencia, Pina expresó que Argentina está dejando de ser competitivo en el segmento de U\$S 20 a U\$S 30. "Para compensar la caída en volumen está subiendo el precio promedio y está desapareciendo la base de la pirámide", indicó.

También José Zuccardi, titular de la Unión Vitivinícola Argentina (UVA), señaló que "por el aumento de los costos es casi imposible mantenerse competitivo en Estados Unidos con vinos a un precio menor a los U\$S 24".

Los datos estadísticos, muestran que la caída de las exportaciones de vino argentino se concentra en las dos franjas de precios más bajas, mientras que las tres más altas mantienen su crecimiento.

En vinos de menos de U\$S 18, Argentina cayó 25% en volumen y 24,8% en valor, comparando los primeros cinco meses de 2012 con el de 2011. En el segmento de U\$S 18 a U\$S 29, las exportaciones mostraron una variación negativa de 10,6 % en volumen y 8,9 % en valor.

Queda así demostrado que a menor rango de precio, peores han sido los resultados para las bodegas exportadoras argentinas.

En el sector explican este cambio de tendencia como un efecto directo de la inflación en dólares que vive la economía local y que ya provocó que las marcas de bajo precio de Mendoza, San Juan o Salta empezaran a desaparecer de varios mercados internacionales, según señalaron las propias bodegas en el VII Foro Vitivinícola Internacional.

Concretamente, los bodegueros se quejan de que no pueden trasladar las subas de sus costos a los precios internacionales, a diferencia de lo que ocurre en el mercado interno, donde los consumidores locales ya están acostumbrados a los aumentos casi constantes de precios.

"Trasladar los aumentos de costos a nuestros precios de exportación es prácticamente imposible en mercados que están amenazados por la deflación, como Holanda e Inglaterra, con lo cual a las bodegas les quedan dos posibilidades: dejar de vender o trabajar prácticamente al costo", explicó Luis Steindl, gerente de Operaciones de Bodegas Norton.

"La suba de costos es un problema para las economías regionales que no exportan commodities, sino valor agregado, y el dato más preocupante es que se siente una baja en el volumen", señaló Ángel Vespa, presidente de Bodegas de Argentina y director del grupo Chandon. (Zalazar, Mariano, 2012)

Contrariamente, los mejores resultados se lograron en los precios más altos. La variación interanual de los primeros cinco meses del 2012 muestra por primera vez números positivos en el tercer segmento, que va desde los U\$S 29 a los U\$S 40. En este caso se

registró un leve crecimiento del 0,7% en cantidad de cajas de 9 litros exportadas y una suba de 2,5% en valor.

Por su parte, en el rango de precios de U\$S 40 a U\$S 90, hubo un crecimiento de 12% en volumen y 12,9% en valor, mientras que los vinos de más de U\$S 90, tuvieron un aumento del 17,7% en volumen y 18% en términos de valor.

El presidente del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), Guillermo García, también dejó su opinión. Si bien reconoció que algunas bodegas han retirado sus vinos del segmento de precio bajos del mercado, observó que en algunos casos se está sacrificando rentabilidad por volumen. “Hay empresas que prefieren achicar el margen de ganancias en sus vinos de menor precio para que sigan sirviendo como puerta de entrada para sus vinos de gama media y alta”, comentó.

“Aunque sería ideal una estructura exportadora romboidal, el mercado mantiene forma piramidal. Es decir que la mayor parte del volumen se concentra en los precios más bajos” señaló Roberto de la Mota. Además relacionó directamente la pérdida de competitividad con el retraso cambiario.

5.4. La alternativa del granel

En respuesta a la incapacidad económica de las bodegas argentinas para mantener el terreno en los principales mercados de destino, Zuccardi observó que las empresas están optando por enviar sus vinos a granel lo que provoca la pérdida de valor agregado y una desnaturalización de la imagen del país.

El vicepresidente de Wines of Argentina, también entiende el aumento de los envíos a granel como una salida de escape para las bodegas. No obstante, De la Mota lamentó la pérdida de participación de todos los actores de la cadena.

5.5. Panorama futuro

Tras la crisis internacional de 2008 y los problemas económicos internos de Argentina, el negocio del vino, en especial el de exportación, ya no disfruta de ventajas competitivas. De hecho, los costos se han incrementado mucho y los márgenes de rentabilidad se han acotado bastante. Ante el panorama desalentador que enseñan las estadísticas, Juan Carlos Pina aseguró que se debe buscar la forma de que Argentina siga siendo competitiva en todos los segmentos de precio.

Para lograrlo, el gerente de Bodegas de Argentina indicó que “deberían quitarse las retenciones a la exportación o bien agilizar los plazos de reintegros por exportación y devolución de IVA. De esta forma, “se lograría mantener la competitividad mientras se trabaja sobre el problema de fondo, que es la inflación”, sostuvo.

Pina afirmó que estas condiciones económicas están “provocando la desaparición de los vinos argentinos más económicos en los mercados de exportación”. Para Roberto de la Mota, la consideración de las prioridades de la industria vitivinícola por parte del Gobierno es fundamental. “Debemos acercarnos al Estado”, dijo.

De acuerdo con lo expresado por el presidente de la UVA, De la Mota consideró que las empresas vitivinícolas deben esforzarse para lograr mejoras de productividad y bajar los costos a través de trabajo corporativo. “Los elevados costos de producción están acortando la rentabilidad”, mencionó.

“Las bodegas poco pueden hacer para bajar el precio de los insumos, reducir los aumentos salariales o intervenir en el tipo de cambio”, agregó. García se mostró de acuerdo con esta apreciación y comentó que no puede estudiarse el comportamiento del mercado sólo observando el tipo de cambio. “Es importante considerar todos los factores económicos que intervienen en el negocio vitivinícola”, indicó.

Además, el presidente del Instituto comentó que hay que observar cómo actúa la competencia para organizar una estrategia en base a esos movimientos. “España, Italia y Portugal están siendo muy agresivos en mercados clave para Argentina, como lo es Estados Unidos. Están vendiendo sus vinos a precios muy bajos porque han caído sus ventas en sus mercados internos”, contó el experto. En consecuencia, García remarcó que Argentina debe tener cuidado en el traslado de aumento de costos en el precio final, para no perder góndola frente a los competidores. Un aspecto positivo para el funcionario, es que en 2012 se mantuvo el precio de la materia prima. “Esta ventaja competitiva debe ser explotada por las empresas vitivinícolas”, concluyó.

A la hora de buscar soluciones, en las bodegas son conscientes de que las alternativas no son muchas. “Acá no hay demasiadas opciones. O moderamos el nivel de inflación o mejoramos el tipo de cambio, y estoy convencido de que la primera opción es la más indicada”, advierte Gabriel Fidel, director de la bodega Piattelli Vineyards.

En la misma línea, en Luigi Bosca sostienen que desde la industria el único camino a recorrer pasa por trabajar sobre sus costos internos. “Hay que trabajar en la productividad y en la baja de costos, como los logísticos. Hoy el transporte es una de las principales cargas que enfrenta la industria, básicamente porque tenemos muy alejadas las zonas de producción de los grandes centros de consumo. La devaluación es un paliativo de corto plazo, pero en el largo sus efectos serían lapidarios”, advierte Alberto Arizu, socio de Luigi Bosca. (Zalazar, Mariano, 2012)

Sin embargo, mucho de lo que se hizo en los últimos años aún persiste y esto se puede considerar como un aspecto positivo, ya que hoy las bodegas cuentan con mayor experiencia y tecnología para afrontar el mercado y la competencia.

En busca de un mejor desempeño, diferentes organismos nacionales crearon el Plan Estratégico Vitivinícola 2020. La idea de este modelo es lograr una política de trabajo que permita a Argentina posicionarse en el mundo y hacerse fuerte en el largo plazo.

El mundo cambió y el vino argentino lo entendió. Pasaron los años, cambiaron los modelos y las estrategias, pero Mendoza sigue y seguirá siendo la cuna de unos de los mejores vinos del mundo. (Zalazar, Mariano, 2012)

5.6. Servicios de Fundación ProMendoza

El Área de Vinos de ProMendoza brinda herramientas necesarias para la promoción, generación de contactos y exportación de las empresas mendocinas.

La Fundación se encarga de impulsar la participación de las bodegas de Mendoza en ferias internacionales, organizar rondas de negocios inversas en la Provincia para que los importadores puedan conocer el potencial y calidad de los productos mendocinos, armar agendas de negocios en el exterior a través de las oficinas de ProMendoza en Brasil y Estados Unidos, y atender a la prensa especializada e importadores de vinos, interesados en conocer la oferta exportable de la región.

Además, como complemento a la participación de los empresarios mendocinos en las ferias internacionales, el Área de Vinos realiza eventos con Embajadas y Consulados de Argentina en el exterior, para que los empresarios mendocinos generen contactos directos con potenciales compradores en un ámbito de mayor privacidad. (Fundación Promendoza, 2012)

De lo expuesto precedentemente se puede observar que si bien los expertos de la industria vitivinícola no dudan en señalar a la inflación como la principal responsable de la caída en los mercados, la situación que atraviesa la exportación varía según el segmento de precios en el que el vino se encuentre. Así, se puede decir que el segmento de precios más bajo es el que sufre un mayor impacto debido a la influencia de la inflación sobre los costos y a la imposibilidad de trasladar dichos aumentos al precio de exportación hacen no rentables a los vinos de menores precios. Contrariamente, en los segmentos de precios más altos, se puede observar que las exportaciones se mantienen e incluso tienen una mejoría a pesar de los altos niveles de inflación. Esto se puede explicar por el posicionamiento que tienen dichos productos en el mercado internacional que permiten mantener un margen de rentabilidad apropiado y trasladar parte del aumento en sus costos al producto, o porque en algunos casos las empresas sacrifican rentabilidad a cambio de mantener dichos mercados para los años próximos. (Marin, 2012)



CONCLUSIÓN

El objetivo general de este trabajo ha sido analizar aquellos factores que tienen un mayor impacto sobre las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas vinculadas con las actividades regionales que son el motor del desarrollo provincial.

Una vez conocida con mayor claridad la situación planteada, se puede decir que el mercado internacional es mucho más complejo de lo que se imaginaba, porque no sólo influye la fuerza empresaria, conformada por la mano de obra, y las políticas de decisiones sobre la economía, sino que también influyen factores climáticos como puede ser una sequía o inundación en una región del mundo que puede provocar que el precio de los Commodities suban en otra parte del planeta, o una vasta serie de factores externos que no son controlables por quienes están dispuestos a exportar. Debido a esto, el empresariado debe adecuarse a estos cambios de modo versátil, para tratar de asegurarse una rentabilidad y poder continuar con su producción y oferta de servicios de calidad. En este punto, es donde las políticas de gobierno deben centrarse, tratando de que los productores puedan ir mejorando en calidad, tecnología y prestación de servicios de manera más eficiente día a día.

Desde el punto de vista particular de las distintas actividades regionales, se observa que la situación que atraviesan las empresas que pertenecen a los sectores de la economía sobre los que se centró el estudio es muy diferente a la que están inmersa las entidades del resto del país, o que se encuentran incluidas en otra gama de actividades, ya que los factores que tienen mayor impacto sobre las mismas, en algunos aspectos coinciden con el resto de las empresas pero en su mayoría son muy característicos de cada actividad en particular que se analizó y de la región en que se desarrolla la misma.

Entre los principales inconvenientes que atraviesan todas las empresas que se dedican a exportar se encuentran los retrasos en el cobro de los reintegros de exportación que se extienden a un periodo que en promedio superan los 180 días, con el consecuente impacto que esto significa desde el punto de vista financiero. Esto está vinculado con una política cambiaria del gobierno actual que además de imponer una reducción de los plazos para el ingreso de divisas, exige la liquidación de las operaciones de exportación para poder hacer efectivo el cobro de los recuperos aduaneros. Ésta presión ejercida por parte del gobierno impacta además en las negociaciones internacionales ya que implica modificar las

políticas de venta y cobro para no exceder los plazos más cortos y evitar las infracciones al régimen penal cambiario. Aunque la gestión de estos reintegros puede parecer sencilla, exige a las empresas exportadoras cumplir con una serie de requisitos y formalidades, que cuando las operaciones son de magnitud, se torna crítico ejecutarla profesionalmente y de manera eficiente.

A lo expresado anteriormente se suman las demoras en la acreditación en los recuperos de IVA por las exportaciones que ronda también los 6 meses y que agrava los problemas de caja de las empresas, afectando en sus costos financieros e impactando en el capital de trabajo requerido por dichos operadores. Es pertinente señalar también la incertidumbre que genera en los exportadores toda esta situación y que provoca un desincentivo para exportar.

Una alternativa para aquellas pymes que requieran obtener el recupero de IVA en forma inmediata sería el sistema de exportación simplificada, por medio del cual la validación del pago se realiza con sistemas informáticos, utilizando cruzamientos de datos, pero en la actualidad, según el titular de la Dirección General Impositiva (DGI), Roberto Sericano casi que no existen presentaciones para obtener dicho beneficio.

Haciendo referencia a los sectores de la fruticultura, hortalizas, ciruela seca y aceite de oliva se puede mencionar que los mismos tienen varias semejanzas ya que están gravemente afectados por el factor climático y por la falta de rentabilidad.

El proceso inflacionario por el que atraviesa la economía argentina, además de los altos costos de producción, y de un tipo de cambio que no se ajusta a las pretensiones y necesidades de los exportadores, sumados al marco impositivo y político inadecuado generan una creciente pérdida de rentabilidad y de la competitividad en los mercados externos.

En relación con el sector de la vitivinicultura, la situación dista un poco de las otras actividades analizadas, ya que aquí hay que hacer una diferenciación entre las exportaciones que se encuentran en los segmentos de precios más bajos, las cuales comparten las dificultades por las que atraviesa la actividad exportadora agropecuaria en general, de aquellas otras que están comprendidas en los segmentos de precios más altos. En éste, no corren la misma suerte, ya que las empresas a través de la diferenciación en sus productos, poseen cierto poder en los mercados internacionales permitiéndoles trasladar parte del incremento de sus costos internos al precio del producto y así mantener un aceptable nivel de rentabilidad, cosa que no pueden hacer las empresas que están incluidas en resto de las actividades analizadas.

En cuanto a la participación de los organismos intermedios ProMendoza y Fundación ExportAr, esta es muy importante, ya que permiten unir esfuerzos mediante asesoramiento,

reducción de costos, economías de escala e integración para productores de mediana envergadura que sin éstos, no podrían iniciar sus pasos en comercio internacional, favoreciendo así sus beneficios tanto locales, como regionales.

Otro aspecto favorable que se puede resaltar es que en este último tiempo existe mucho compromiso en generar nuevos mercados e impulsar la demanda externa, aun corriendo el riesgo de confiar en países que no poseen credibilidad a nivel mundial, como es el caso de la misión al país africano de Angola en la cual participaron más de 120 empresarios argentinos y que trajo tanta repercusión en la prensa argentina. Hay que resaltar la especial importancia para la región que tienen los renovados pasos fronterizos que van a ser transitables dentro de poco tiempo, lo que permitirá a productores locales buscar nuevos rumbos para sus productos.

Del estudio y las entrevistas realizadas se desprende que un tipo de cambio real y efectivo, que sea competitivo y estable, es condición necesaria pero no suficiente para garantizar un proceso exportador dinámico y sostenido. Para ello, además de pautas macroeconómicas predecibles, es necesario revisar las políticas horizontales, e innovar en cuanto a las políticas específicas, en particular las sectoriales.

En cuanto a los resultados obtenidos se puede señalar que si bien en general coinciden con las hipótesis planteadas, se observó que las dificultades y oportunidades con que atraviesan los distintos sectores analizados es muy particular de cada uno de ellos y por lo tanto se distancian en varios aspectos de la realidad que atraviesan el resto de las pymes pertenecientes a la economía del país. En éste punto se puede destacar como un factor diferenciante de las empresas comprendidas en la problemática analizada, a las condiciones climáticas y ecológicas que impactan de una forma significativa en la producción, ya que la provincia de Mendoza posee climas aptos para la producción agropecuaria y que permiten obtener productos con una calidad a la altura de las exigencias de los mercados más competitivos, pero que también tienen sus impacto negativo en los años en que las tormentas de granizo o heladas en periodos de producción, afectan gravemente a los cultivos.

Una dificultad encontrada al realizar la presente investigación fue la de no poder contar con información confiable a nivel estadístico como es el caso de los informes provenientes del INDEC y de otras reparticiones pertenecientes al Estado.

En esta última década se han observado grandes cambios en la Argentina, quizá a causa de la crisis post 2001 o por un cambio a nivel mundial, que han provocado que nuevas fuerzas exportadoras como las pequeñas y medianas empresas, cobren una mayor relevancia al poder exportar productos que antes solo comercializaban en el mercado interno. Actualmente pueden obtener mayor rentabilidad gracias a los nuevos destinos.

Adaptarse a estos cambios es el gran dilema de algunos productores regionales que todavía no están correctamente asesorados, por lo tanto se recomienda ver más allá de lo que pueda suceder en la actualidad y comenzar a innovar en ideas y estudiar nuevas tendencias de mercado.

Otro tema que merecería ser tratado de manera especial es el caso del asociativismo, independientemente de la forma adoptada, ya que esto es importante sobre todo para que las Pymes puedan lograr mayor eficiencia y capacidad exportadora a través de las economías de escala.

Además es importante recalcar la necesidad de que se definan los lineamientos de una estrategia exportadora. Se le debería asignar a la política pública un rol importante dentro de dicha estrategia y que no se limite a la implementación de medidas aisladas sino que sea integradora. A partir de este análisis se espera que, en un futuro cercano el Estado tome una mayor participación sobre las políticas sectoriales desde un punto de vista integrador de todos los actores sociales, porque durante el desarrollo del mismo no se observó un avance significativo en una estrategia productivo-exportadora.

BIBLIOGRAFÍA

- Agrobit. (s.f.). *Cultivo de cebolla. Agrovit*. Recuperado el 15 de Octubre de 2012, de www.agrobit.com:
[http://www.agrobit.com/Documentos/F_1_Cultivos%5C440_al_000022ho\[1\].htm](http://www.agrobit.com/Documentos/F_1_Cultivos%5C440_al_000022ho[1].htm)
- Asociación de Empresas de Alimentos de Chile. (29 de Mayo de 2012). *Estiman alza en producción mundial de durazno*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2012, de www.chilealimentos.cl:
<http://www.chilealimentos.cl/es/noticias/alimentos-procesados/conservas/13461-estiman-alza-en-producci%C3%B3n-mundial-de-durazno.html>
- Barbero, L. (Septiembre de 2010). *Diez pautas a tener en cuenta para exportar un producto*. Recuperado el 28 de Mayo de 2012, de www.images.fedex.com:
http://images.fedex.com/images/ar/pymex/Diez_2010.pdf
- Barboza, R. (11 de junio de 2012). *www.portalolivicola.com*. Recuperado el 5 de Octubre de 2012, de <http://www.portalolivicola.com/2012/06/11/mario-bustos-carra-la-palabra-rentabilidad-ya-se-perdio-hace-mucho-tiempo/>
- Cámara de Comercio Exterior de Cuyo. (s.f.). *Asociación olivícola de Mendoza (ASOLMEN)*. *Cámara de Comercio Exterior de Cuyo*. Recuperado el 20 de Octubre de 2012, de www.ccecuyo.com.ar:
<http://www.ccecuyo.com.ar/nodos/ver/asolmen>
- Cámara de Comercio Exterior de Cuyo. (Noviembre de 2012). *Comité de Exportadores de Ciruela de Mendoza - Cámara de Comercio Exterior de Cuyo*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2012, de www.ccecuyo.com.ar: <http://www.ccecuyo.com.ar/nodos/ver/comite-de-exportadores-de-ciruela-de-mendoza>
- Catedra Operatoria de Comercio Exterior. (2010). *Aspectos aduaneros de exportación*.
- Cecilio, G. (Noviembre de 2005). *La calidad en alimentos como barrera para-arancelaria*. Recuperado el 4 de Octubre de 2012, de www.eclac.org:
<http://www.eclac.org/publicaciones/xml/7/23177/DocSerie30.pdf>
- Clément, Martín. (2010). *¿Qué deben hacer las empresas para agilizar el cobro de los reintegros de exportación?* Recuperado el 26 de Junio de 2012, de www.clement.com.ar:
<http://www.clement.com.ar/noticias/%C2%BFqu%C3%A9-deben-hacer-las-empresas-para-agilizar-el-cobro-de-los-reintegros-de-exportaci%C3%B3n>
- Consejo Federal de Inversiones. (s.f.). *Programa de producción olivícola*. Recuperado el 15 de Octubre de 2012, de cfired.org.ar:

www.google.com.ar/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CC4QFjAA&url=http://www.cfired.org.ar/Default.aspx?nId=280&ei=n6jEUMSILYb09gSd2YGwDg&usq=AFOjCNGEcBULCFVmnU-K51H0T4Ai9YbgJQ&sig2=6MZ4rglx8ZC2z22itGXX6g

Crespo Armengol, E. (Noviembre de 2006). *Evolución reciente de las exportaciones Pymes argentinas: Debate para una mejor inserción externa*. Recuperado el 20 de Julio de 2012, de www.eclac.cl:

<http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioArgentinaActB/LC-BUE-W11.pdf>

Diario Los Andes. (Enero de 2012). *ARGENTINA: PESE AL CRECIMIENTO, LA FRUTICULTURA ESTÁ EN JAQUE POR LA SUBA DE COSTOS*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2012, de agronota.com: <http://agronota.com/2012/01/argentina-pese-al-crecimiento-la-fruticultura-esta-en-jaque-por-la-suba-de-costos/>

Edición Cuyo. (28 de Diciembre de 2011). *EE.UU. reconoce a los oasis del centro y sur de Mendoza como libres de mosca de los frutos*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2012, de [www.edicioncuyo.com](http://edicioncuyo.com): <http://edicioncuyo.com/eeuu-reconoce-a-los-oasis-del-centro-y-sur-de-mendoza-como-libres-de-mosca-de-los-frutos->

ExportaPymes. (s.f.). *PyMEs crean grupos de exportación*. Recuperado el 20 de Octubre de 2012, de www.exportapymes.com: <http://www.exportapymes.com/article5352.html>

Exportar Mendoza. (Septiembre de 2012). *Exportar Mendoza*. Recuperado el 10 de septiembre de 2012, de exportar@exportarmendoza.gov.ar: <http://www.exportarlosandes.com.ar/ventajascompetitivas.php>

Flores, M. A. (7 de Agosto de 2012). *Ciruela en crisis: 705 empleos menos y cerraron 14 empresas*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2012, de www.losandes.com.ar: <http://www.losandes.com.ar/notas/2012/8/7/ciruela-crisis-empleos-menos-cerraron-empresas-659323.asp>

Fundación Instituto de Desarrollo. (2010). *www.idr.org.ar*. Recuperado el 20 de Octubre de 2012, de Sectorial de ciruela para industria- Instituto de Desarrollo Rural: <http://www.idr.org.ar/wp-content/uploads/2012/07/Informe-Ciruela-Industria.pdf>

Fundación Promendoza. (11 de Agosto de 2004). *Ajos de Mendoza. Bolsa de Comercio de Mendoza*. Recuperado el 20 de Octubre de 2012, de www.bolsamza.com.ar: http://www.bolsamza.com.ar/mercados/horticola/ajofresco/ajos_mza.pdf

Fundacion ProMendoza. (2005). *Manual del Exportador- Fundación ProMendoza*. Recuperado el 15 de Julio de 2012, de http://www.promendoza.com/downloads/capacitacion/manual_nuevo_exportador.pdf

Fundación Promendoza. (Noviembre de 2012). *Viticultura*. Recuperado el 2 de Noviembre de 2012, de www.promendoza.com:

http://www.promendoza.com/index.php?option=com_content&view=article&id=29&Itemid=32&lang=es

Furnari, P. (s.f.). *El precio de exportación*. Recuperado el 15 de Julio de 2012, de

www.primeralexportacion.com.ar: <http://www.primeralexportacion.com.ar/documentos-tecnicos/229-el-precio-de-exportacion.html>

Furnari, Pablo. (Noviembre de 2005). *Cómo seguir una vez que tomé la decisión de Exportar*.

Recuperado el 25 de Junio de 2012, de www.pablofurnari.com.ar:

<http://www.pablofurnari.com.ar/detalletecnicas.php?idproducto=283>

Furnari, Pablo. (2012). *La información: primera aliada del exportador*. Recuperado el 25 de Julio de 2012, de <http://www.primeralexportacion.com.ar>:

<http://www.primeralexportacion.com.ar/documentos-tecnicos/262-la-informacion-primer-aliada-del-exportador.html>

Furnari, Pablo. (Mayo de 2012). *Programa Primera Exportación Fundación Gas Natural Fenosa*.

Recuperado el 4 de Agosto de 2012, de www.primeralexportacion.com.ar:

<http://www.primeralexportacion.com.ar/documentos-tecnicos/257-como-cobrar-una-exportacion.html>

<http://www.biblioteca.org.ar>. (s.f.). *Breve Caracterización de la Cadena Agroalimentaria de Cebolla en la Argentina*. Recuperado el 5 de noviembre de 2012, de [/www.biblioteca.org.ar](http://www.biblioteca.org.ar):

<http://www.biblioteca.org.ar/libros/210290.pdf>

Iglesias, Miranda. (2012). *Marketing internacional*. Recuperado el 26 de Mayo de 2012, de

www.primeralexportacion.com.ar: <http://www.primeralexportacion.com.ar/documentos-tecnicos/248-marketing-internacional.html>

Instituto de Desarrollo Rural. (2010). *Sectorial de pera - Instituto de Desarrollo Rural*. Recuperado el 10 de Octubre de 2012, de www.idr.org.ar: http://www.idr.org.ar/wp-content/uploads/2012/06/Informe-sectorial-PERAL_final1.pdf

Instituto Nacional de Tecnología Industrial. (2011). *Incentivos y Beneficios Fiscales a la Producción de Bienes Industriales*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de www.inti.gob.ar:

http://www.inti.gob.ar/pdf/economia_industrial/incentivos_fiscales.pdf

Instituto de Desarrollo Rural. (20 de Octubre de 2012). *Apoyo a las empresa*. Recuperado el 28 de Junio de 2012, de www.idr.org.ar: <http://www.idr.org.ar/wp-content/uploads/2012/05/Descripcion-PACC-Apoyo-Empresas-2012.pdf>

- La Argentina a diario. (8 de Agosto de 2011). *Exportaciones: panorama poco alentador para las ciruelas argentinas*. Recuperado el 20 de Octubre de 2012, de www.laargentinaadiario.com.ar:
<http://www.laargentinaadiario.com.ar/site/economia/exportaciones-panorama-poco-alentador-para-las-ciruelas-argentinas.html>
- Larregle, D. (1 de Julio de 2012). *Aduana: ya se puede certificar cargas en el Sur*. Recuperado el 15 de Octubre de 2012, de www.losandes.com.ar:
<http://www.losandes.com.ar/notas/2012/7/1/aduana-puede-certificar-cargas-652141.asp>
- Marchesi, N. (25 de Octubre de 2012). Exportación de productos regionales. (F. Segreti, Entrevistador)
- Marin, C. (10 de Noviembre de 2012). Comentarios sobre el Comercio Exterior. (L. Hernán, Entrevistador)
- Martini, M. (Enero de 2009). *Relevamiento de Instrumentos de comercio destinados a limitar total o parcialmente las exportaciones*. Recuperado el 10 de Abril de 2012, de www.insercionagricola.org.ar:
http://www.insercionagricola.org.ar/uploads/Informe_Final_Martini.pdf
- Material de Catedra de Opeatoria de Comercio Exterior. (2009). Unidad 2. Operaciones de Exportacion.
- Mendoza Económico. (11 de diciembre de 2008). *Debido a los altos costos, cada vez es menos rentable producir*. Recuperado el 15 de Octubre de 2012, de www.mendozaeconomico.com:
<http://www.mendozaeconomico.com/2008/12/11/debido-a-los-altos-costos-cada-vez-es-menos-rentable-producir/>
- Pantanalí, N. (5 de 2012). *Programa Primera Exportación Fundación Gas Natural Fenosa*. Recuperado el 10 de Junio de 2012, de www.primeraexportacion.com.ar:
<http://www.primeraexportacion.com.ar/documentos-tecnicos/269-claves-para-el-armado-de-un-plan-de-negocios-de-exportacion.html>
- ProMendoza. (2010). *ProMendoza - Programas para el desarrollo exportador*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2012, de www.aba-argentina.com: http://www.aba-argentina.com/capacitacion/ciclos_regionales/PDF/021204_Presentacion_Nro_5_Smud.pdf
- Secilio, Gustavo. (Noviembre de 2005). *La calidad en alimentos como barrera para-arancelaria*. Recuperado el 26 de Mayo de 2012, de www.cepal.org:
http://books.google.com.ar/books?id=pAOJceLZb0oC&printsec=frontcover&hl=es&source=gs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Uno San Rafael. (5 de Agosto de 2012). *En el último año cerraron 18 secaderos en el departamento.*

Recuperado el 3 de Noviembre de 2012, de www.unosanrafael.com.ar:

http://www.unosanrafael.com.ar/contenidos/2012/08/05/noticia_0005.html

Zalazar, M. (24 de Junio de 2012). *Vinos argentinos: pierden terrenos en los principales mercados.*

Recuperado el 3 de Noviembre de 2012, de www.losandes.com.ar:

<http://www.losandes.com.ar/notas/2012/6/24/vinos-argentinos-pierden-terreno-principales-mercados-650374.asp>

ANEXO A: CLAVES PARA EL ARMADO DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN

CONTENIDO DE UN PLAN DE NEGOCIOS:

Todo plan debe contar por lo menos con los siguientes puntos claves:

1. Descripción del negocio

Información detallada acerca de la empresa, en especial la descripción de su capacidad, experiencia y habilidades para poner en práctica el proyecto. Definir en este punto las fortalezas y debilidades de la empresa, los objetivos a largo y corto plazo, si hay antecedentes de un plan de negocios de exportación, la estrategia de inserción al mercado meta, la descripción del producto o servicio.

Este último punto debe abarcar desde las clasificaciones arancelarias, descripción del consumo y segmentos de mercado, principales productos competidores, tecnologías, normas de calidad, adaptaciones del producto, costos y precios para el cliente hasta investigaciones y desarrollo de nuevos productos.

2. Análisis del mercado meta

Se deberá incluir a dónde se quiere exportar y qué características tiene dicho mercado. Como ser la descripción del país seleccionado incluyendo aspectos políticos, legales, económicos y socioculturales, la descripción de la industria en el mercado meta, la segmentación de dicho mercado, características del mismo, el análisis de la competencia y barreras arancelarias y para arancelarias.

3. Recursos humanos

Análisis del capital humano con los que cuenta la empresa para enfrentar el proyecto de exportación. Su experiencia y competitividad en los diferentes aspectos del comercio internacional, la estructura organizacional de la empresa y del área internacional. Los asesores externos que pueden llegar a contratar para el área internacional como así también las alianzas estratégicas.

4. Operación

Es el cuerpo principal del plan de exportación, donde se define la estrategia de penetración al mercado meta congruente con los objetivos de largo plazo y factible de llevar a cabo desde el punto de vista productivo, técnico, administrativo, comercial y financiero. Dos puntos fuertes de la operatoria todo aquello inherente a los aspectos internacionales como también a la producción que se describen a continuación:

• **Aspectos Internacionales:**

- Actividades de desarrollo del mercado.
- Logística internacional; requisitos formales para exportar/importar, barreras arancelarias y no arancelarias; cotizaciones (INCOTERMS), transporte, envase/embalaje, seguros, etc.
- Contratos, formas de pago, negociaciones.
- Contactos en el extranjero.
- Producto
- Precio de Exportación
- Promoción
- Distribución

• **Producción:**

- Capacidad
- Instalaciones
- Localización
- Mano de obra
- Materias primas
- Subcontratación
- Proveedores
- Tecnología
- Calidad
- Normas
- Inventarios, etc.

5. Riesgos

Identificación de los problemas potenciales que pudieran tener un efecto negativo en el proyecto, así como los planes de contingencia para contrarrestarlos. En este punto los seguros juegan un papel protagónico.

6. Proyecciones financieras

Con qué recursos contamos para llegar a cabo el proyecto de exportación, información histórica financiera, flujo efectivo, estados financieros, principales razones financieras de liquidez, de actividad y de rentabilidad.

7. Sumario del plan de negocios

Es ni más ni menos que un resumen del proyecto de exportación. Su finalidad es tener una visión rápida de la situación y del nuevo negocio. Debe incluir el perfil de la

empresa, una descripción precisa de qué consiste el negocio, descripción del producto o servicio que se ofrece, incluyendo sus ventajas competitivas, del mercado meta (incluyendo el tamaño y tendencia de crecimiento) y requerimientos financieros.

En resumen muchas empresas cuentan con la información anteriormente mencionada pero la desorganización puede llevar al fracaso un negocio de exportación. Existen muchos caminos para llegar a una exportación pero la planificación es el camino que más nos aproxima al éxito.

Un plan de negocios de exportación es una herramienta útil que le permite al empresario conocer cómo está parado frente a los mercados externos para poder analizar de antemano con qué riesgos puede llegar a encontrarse y armar un plan de contingencia a su medida. También le permitirá descubrir los mercados de destino, elaborar una estrategia de exportación y le ayudará a mejorar la relación tanto con proveedores como con agentes de ventas o representante y sobre todo conocer a fondo su negocio.

Lic. Natalia Pantanali

Consultora Senior

Programa Primera Exportación

Fundación Gas Natural

npantanali@primeraexportacion.com.ar

ANEXO B: NORMATIVA VIGENTE CONSULTADA

En este apartado se adjunta la norma examinada, aunque siendo ésta trascendente, no fue el único medio legal consultado.

1. DECRETO Nº 1001/82: REGLAMENTACIÓN DEL CÓDIGO ADUANERO

ART. 54º- A los fines de lo previsto en el artículo 453, inciso b), del Código Aduanero, la Administración Nacional de Aduanas deberá ajustarse a las siguientes normas: "a) en operaciones de exportación, acordará una espera de Ocho (8) días, sin intereses, para el pago de los derechos y demás tributos que las gravaren, contados a partir del día siguiente al del libramiento. Cuando existieran razones especiales de carácter general o sectorial que lo justificare, la Administración Nacional de Aduanas, previa conformidad del Ministerio de Economía sobre la procedencia, sus condiciones y el procedimiento a seguir, podrá acordar esperas cuyo plazo máximo no podrá exceder de Un (1) año a contar desde el libramiento. En este último caso, los importes correspondientes devengarán, a partir del día siguiente al del vencimiento del plazo establecido en el primer párrafo del presente inciso, el interés que se fijará en función de lo previsto en el artículo 791 del Código Aduanero. A los fines de la liquidación de los derechos y demás tributos que gravaren las operaciones de exportación que sean objeto del régimen de espera aquí previsto, el tipo de cambio aplicable para la conversión de la moneda extranjera en moneda nacional de curso legal será el de cierre vendedor de las operaciones que informa el Banco de la Nación Argentina -y el Banco Central de República Argentina para las monedas no cotizadas por aquél-, correspondiente al día hábil anterior a la fecha de pago de los citados derechos y demás tributos." b) en operaciones de importación, sólo podrá acordar espera cuando existieren razones especiales de carácter general que lo justificaren (tales como congestión de los depósitos, huelga u otras), o cuando la misma hubiere implementado, un sistema de pago por cuenta corriente, en ambos supuestos previa conformidad del Ministerio de Economía sobre la procedencia de la espera, sus condiciones y el procedimiento a seguir. El plazo máximo no podrá exceder de Un (1) año, o de Un (1) mes cuando la causal fuere la de pago por el sistema de cuenta corriente, en ambos casos a contar desde el libramiento, debiendo devengar los importes para cuyo pago se hubiere acordado la facilidad el interés que se fijare en función de lo previsto en el artículo 791 del código.

2. CÓDIGO ADUANERO: DECRETO 835/2002

Elevase el plazo del diferimiento que el Decreto N° 1001/82 concede a los exportadores para el pago de los correspondientes tributos. Modificación del artículo 54 del citado Decreto.

Artículo 1° — Incorporase como segundo párrafo del inciso a) del artículo 54 del Decreto N° 1001 de fecha 21 de mayo de 1982 y sus modificatorios, el siguiente:

"En el caso de tratarse de exportadores que en el año calendario inmediato anterior a la fecha del registro de la correspondiente solicitud de exportación para consumo hayan exportado menos de veinte millones de dólares estadounidenses (u\$s 20.000.000), el plazo de la espera será hasta la fecha de liquidación de divisas a favor del exportador o ciento veinte (120) días corridos, sin intereses, contados a partir del día siguiente al del libramiento, el que fuere menor."

Art. 2° — El presente decreto comenzará a regir a partir del día de su publicación en el Boletín Oficial y será de aplicación para aquellas solicitudes de exportación que se registren ante la Dirección general de Aduanas de la Administración Federal de Ingresos Públicos, entidad autárquica en el ámbito del Ministerio de Economía, a partir de dicho día.

3. RESOLUCIÓN GENERAL AFIP N° 2435/2008

TITULO II - GARANTÍAS DE OPERACIONES/OBLIGACIONES ADUANERAS

Artículo 14.- Se aceptarán únicamente los siguientes tipos de garantías:

- a) Depósito de Dinero en Efectivo.
- b) Depósito de Dinero en Plazo Fijo en el Banco de la Nación Argentina.
- c) Póliza de Seguros de Caución.
- d) Aval Bancario.
- e) Caución de Títulos Públicos.
- f) Aval de Sociedades de Garantía Recíproca.
- g) Letra Caucional.
- h) Declaración Jurada del Exportador.
- i) Documento Suscripto por el Interesado o por Terceros.
- j) Afectación de la Coparticipación Federal.
- k) Aval del Tesoro Nacional.
- l) Fondo Común Solidario.
- m) Hipoteca.
- n) Prenda con Registro.

DECLARACIÓN JURADA DEL EXPORTADOR

Artículo 36.- La declaración jurada del exportador se considerará constituida al validar afirmativamente el texto que aparece al registrar una destinación de exportación en el Sistema Informático MARIA (SIM), de acuerdo con las condiciones establecidas en el Apartado II del Anexo II de la presente.

4. RESOLUCIÓN GENERAL AFIP N° 2000/2006

TITULO I - RÉGIMEN GENERAL DE REINTEGRO ATRIBUIBLE A EXPORTACIONES Y ASIMILABLES

Artículo 1°: Los contribuyentes, responsables y demás sujetos que soliciten la acreditación, devolución o transferencia de los importes correspondientes al impuesto al valor agregado que les haya sido facturado, según lo dispuesto en el segundo párrafo del artículo 43 de la Ley de Impuesto al Valor Agregado, texto ordenado en 1997 y sus modificaciones, deberán cumplir con las disposiciones de esta resolución general que, en cada caso, se establecen:

a) Los exportadores, excepto los sujetos indicados en los incisos siguientes: las previstas en el presente título y en los Anexos I, IV y V de esta resolución general.

b) Los contribuyentes, responsables y demás sujetos que desarrollan las actividades encuadradas en los puntos 13, 14 y 26 del inciso h) del artículo 7° de la citada ley y en el artículo 34 de su decreto reglamentario, y las actividades u operaciones que reciban igual tratamiento que las exportaciones en virtud de lo establecido por la ley del gravamen o por leyes especiales y los prestadores de servicios postales/PSP ("courier"): las disposiciones de este título y de los Anexos II, IV y V de la presente.

c) Los contribuyentes, responsables y demás sujetos que desarrollan las actividades encuadradas en el segundo párrafo del inciso b) del artículo 1° de la citada ley: las establecidas en el presente título y en los Anexos III, IV y V de esta resolución general.

EXCLUSIONES SUBJETIVAS Y OBJETIVAS

Artículo 4°.- Están excluidos del régimen reglado en el presente título:

a) Los sujetos indicados en el artículo 1° cuando:

1. Hayan sido querellados o denunciados penalmente con fundamento en las Leyes N° 22.415 y sus modificaciones y N° 24.769, según corresponda, siempre que se les haya dictado la prisión preventiva o, en su caso, exista auto de procesamiento vigente a la fecha que se formalizó la presentación de la solicitud de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 13.

2. Hayan sido querellados o denunciados penalmente por delitos comunes que tengan conexión con el incumplimiento de las obligaciones impositivas, de la seguridad social o aduaneras, propias o de terceros. Cuando el querellante o denunciante sea un particular -o tercero- la exclusión sólo tendrá efectos cuando concurra la situación procesal indicada en el punto 1 precedente.

3. Estén involucrados en causas penales en las que se haya dispuesto el procesamiento de funcionarios o ex-funcionarios estatales con motivo del ejercicio de sus funciones, siempre que concurra la situación procesal indicada en el punto 1 anterior.

Quedan comprendidos en la exclusión prevista en los puntos 1, 2 y 3, las personas jurídicas, las agrupaciones no societarias y/o cualquier otro ente colectivo cuyos gerentes, socios gerentes, directores u otros sujetos que ejerzan la administración social, como consecuencia del ejercicio de dichas funciones, se encuentren involucrados en alguno de los supuestos previstos en los citados puntos.

b) Las facturas o documentos equivalentes que tengan una antigüedad mayor a cuarenta y ocho (48) meses calendario a la fecha que se formalizó la presentación de la solicitud de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 13.

Lo dispuesto en el párrafo anterior no resultará de aplicación para las facturas o documentos equivalentes:

1. Cuyo impuesto al valor agregado facturado corresponda a adquisiciones de bienes de uso siempre que se presente una nota en la que se fundamenten los motivos por los cuales el impuesto facturado correspondiente a la adquisición de bienes de uso tiene una antigüedad mayor a cuarenta y ocho (48) meses.

2. Incluidas en presentaciones rectificativas, en los casos en que el límite de los cuarenta y ocho (48) meses calendario, no hubiese sido superado en la presentación original o en rectificativas anteriores con relación a dichos comprobantes.

3. Cuando la sumatoria de sus créditos fiscales vinculados resulte inferior al cinco por ciento (5%) del monto total vinculado, y dicho valor sea inferior a la suma de un mil pesos (\$ 1.000.-).

c) Las solicitudes que se encuentren en trámite o que se interpongan, conforme lo previsto en el artículo 43 de la presente resolución general, cuando -como consecuencia de las acciones de verificación y fiscalización a que se refiere el artículo 33 y concordantes de la Ley N° 11.683, texto ordenado en 1998 y sus modificaciones- se compruebe respecto de solicitudes ya tramitadas, la ilegitimidad o improcedencia del impuesto facturado que diera origen al reintegro efectuado.

d) Los créditos fiscales vinculados a las actividades encuadradas en el segundo párrafo del inciso b) del artículo 1° de la Ley de Impuesto al Valor Agregado, texto ordenado en 1997 y sus modificaciones.

Las facturas o documentos equivalentes a que se refiere el primer párrafo del inciso b) y, en su caso, los créditos fiscales a que se refiere el inciso d), deberán incluirse en una única presentación -juntamente con las restantes facturas o documentos equivalentes- y serán objeto de la detracción prevista en el inciso b) del artículo 26.

Artículo 5°.- Las solicitudes formuladas por los sujetos indicados en el inciso a) o, en su caso, los conceptos y solicitudes mencionados en el primer párrafo del incisos b) y en los incisos c) y d) del artículo anterior, tramitarán con arreglo a lo dispuesto en el Título IV de esta resolución general.

IMPUESTO FACTURADO. LÍMITE

Artículo 6°.- Cuando el importe del crédito fiscal vinculado exceda el límite fijado en el segundo párrafo del artículo 43 de la Ley de Impuesto al Valor Agregado, texto ordenado en 1997 y sus modificaciones, deberá presentarse una nota de acuerdo con lo dispuesto en el punto I) del Aparado B) del Anexo IV de la presente resolución general.

A efectos de determinar el mencionado límite, corresponderá aplicar la alícuota general dispuesta en el primer párrafo del artículo 28 de la ley del gravamen, cualquiera sea la tasa a la que se hubiera facturado el impuesto al exportador y/o la que corresponda a los bienes o servicios exportados.

En el caso que en un mismo período fiscal coexistan más de una alícuota del impuesto al valor agregado, para determinar el mencionado límite, se aplicará el procedimiento que se establece en el punto II) del Aparado B) del Anexo IV. Los cálculos efectuados, como consecuencia de la utilización de dicho procedimiento, se exteriorizarán mediante nota, según lo previsto en el mencionado punto II).

IMPUESTO FACTURADO. AFECTACIÓN INDIRECTA

Artículo 7°.- Cuando las compras, locaciones y prestaciones de servicios que generan derecho al recupero, se encuentren relacionadas indirectamente con las operaciones comprendidas en esta resolución general, deberá realizarse la apropiación de los respectivos importes, aplicando el procedimiento que se establece en el Apartado A) del Anexo V de la presente resolución general.

OPERACIONES DE EXPORTACIÓN Y EN EL MERCADO INTERNO. IMPUTACIÓN DEL IMPUESTO FACTURADO E INGRESOS DIRECTOS

Artículo 8°.- Los responsables que realicen simultáneamente operaciones en el mercado interno y en el mercado externo, deberán ajustar las solicitudes al procedimiento de imputación que se indica en el Apartado B) del Anexo V, de esta resolución general.

Artículo 10.- Los sujetos comprendidos en el artículo 1° de la presente resolución general, a fin de solicitar la acreditación, devolución o transferencia, deberán utilizar el programa aplicativo denominado "IVA - solicitud de reintegro del impuesto facturado - Versión 5.0", cuyas características, funciones y aspectos técnicos para su uso se consignan en el Anexo XIII de esta resolución general.

El referido programa aplicativo se podrá transferir desde la página "web" de este organismo (<http://www.afip.gov.ar>).

Artículo 11.- La presentación de la información producida mediante el mencionado programa aplicativo se efectuará por transferencia electrónica de datos a través de la citada página "web" de este organismo (<http://www.afip.gov.ar>), conforme al procedimiento establecido en la Resolución General N° 1.345, sus modificatorias y complementarias. Como constancia de la presentación realizada, el sistema emitirá el formulario 1016.

De comprobarse errores, inconsistencias, utilización de un programa distinto del provisto o archivos defectuosos, la presentación será rechazada automáticamente por el sistema, generándose una constancia de tal situación.

En el supuesto que hubiera inconvenientes en la transmisión o cuando el archivo que contiene la información a transferir tenga un tamaño de 2 Mb o superior, y por tales motivos los sujetos se encuentren imposibilitados de remitirlo electrónicamente, en sustitución del procedimiento citado precedentemente, podrán concurrir a la dependencia a fin de realizar la transmisión del mismo.

De haber efectuado la transmisión, el solicitante podrá ingresar mediante el servicio de clave fiscal en la página "web" de este organismo (<http://www.afip.gov.ar>) y seleccionar la opción denominada "Recupero de IVA por exportaciones - Integridad del archivo transmitido" para verificar si la información transmitida ha superado o no los controles de integridad por parte de esta Administración Federal.

Artículo 12.- Efectuada la transmisión a que hace referencia el artículo precedente, el solicitante se encontrará habilitado para concurrir a la dependencia a fin de formalizar la presentación, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 13 de la presente resolución general.

En caso de inoperatividad general del sistema de presentación establecido en la Resolución General N° 1.345, sus modificatorias y complementarias, podrá formalizarse la misma según lo establecido en el artículo 14 de esta resolución general.

Artículo 13.- Los responsables deberán formalizar la presentación aportando los elementos que se indican seguidamente:

- a) Copia de la constancia de transmisión electrónica F 1016.
- b) El formulario de declaración jurada N° 404, generado por el respectivo programa aplicativo.
- c) Un informe especial extendido por contador público independiente. A tal fin serán de aplicación los procedimientos de auditoría dispuestos en la resolución emitida por la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas o, en su caso, por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

De resultar aceptada la presentación -incluida la integridad del archivo-, se entregará el duplicado sellado del formulario de declaración jurada N°404 y un acuse de recibo, como constancia de recepción. La fecha de dicha recepción será considerada fecha de presentación de la solicitud a todos los efectos.

Artículo 15.- Formalizada la presentación en la dependencia y en caso de comprobarse la falta de integridad de los datos transmitidos, deberá efectuarse una nueva transmisión en el plazo de un (1) día contado a partir de la fecha indicada en el último párrafo del artículo 13 o, en su caso, de la fecha en que se haya notificado la falta de integridad de la información recepcionada según lo previsto en el artículo 14, generándose una nueva solicitud con idéntica secuencia. Dentro de los dos (2) días hábiles administrativos subsiguientes, deberá formalizarse la presentación del nuevo formulario de declaración jurada N° 404 y de la copia de la nueva constancia de transmisión F. 1016 en la dependencia aludida, siendo la fecha de presentación de la solicitud a todos los efectos la indicada en el artículo 13 o, en su caso, 14.

En caso de incumplimiento de los plazos referidos en el párrafo anterior, deberá presentarse una nueva solicitud con idéntica secuencia y formalizarse su presentación de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 11 a 15 de esta resolución general.

Artículo 16.- Los sujetos comprendidos en el artículo 1° de la presente resolución general, una vez formalizada la presentación deberán informarse, en todos los casos, respecto del detalle de incumplimientos de presentación de declaraciones juradas vencidas y/o de la existencia deudas líquidas y exigibles por cualquier concepto, relacionadas con sus obligaciones impositivas y/o previsionales, a los efectos de la admisibilidad formal de la solicitud.

A dicho fin ingresarán mediante el servicio de clave fiscal en la página "web" de este organismo (<http://www.afip.gov.ar>) y seleccionarán la opción denominada "Recupero de IVA por exportaciones - Detalle de incumplimientos de obligaciones tributarias", registrando en el

mencionado servicio de clave fiscal su conformidad o no, respecto del detalle de incumplimientos exhibido y obteniendo la respectiva constancia.

La obligación dispuesta en el primer párrafo deberá cumplirse dentro de los seis (6) días hábiles administrativos inmediatos siguientes al de la fecha indicada en el artículo 13 o, en su caso, 14.

Transcurrido dicho plazo, sin que el solicitante realice dicha registración, la solicitud no se considerará formalmente admisible hasta el cumplimiento de la misma.

Artículo 17.- La conformidad registrada implicará para el responsable el reconocimiento de las obligaciones formales incumplidas y de la deuda registrada en las bases de datos de esta Administración Federal, las que -en su caso- serán objeto de las compensaciones y/o cancelaciones en nombre del solicitante, previstas en los artículos 26 y 45 de esta resolución general.

Cuando el solicitante registre su disconformidad respecto del detalle de incumplimientos, deberá concurrir ante la dependencia, en un plazo no superior a los dos (2) días hábiles administrativos inmediatos siguientes al de la fecha de la constancia emitida por el servicio "Detalle de incumplimientos de obligaciones tributarias", a efectos de realizar los reclamos pertinentes.

Artículo 18.- La dependencia interviniente tramitará el reclamo con la respectiva constancia de disconformidad y, en respuesta al mismo emitirá una constancia del nuevo detalle de incumplimientos. El solicitante deberá tomar conocimiento del nuevo detalle de incumplimientos en un plazo de dos (2) días hábiles administrativos inmediatos siguientes al de su reclamo ante la indicada dependencia, mediante el servicio de clave fiscal mencionado en el artículo 16.

No habiéndose cumplido con las obligaciones dispuestas en el segundo párrafo del artículo 17 y en el párrafo anterior, en los plazos allí aludidos, la tramitación de las solicitudes permanecerá suspendida y no se devengarán intereses a favor de los peticionantes durante el lapso transcurrido entre la fecha en que vencieran los plazos y la del cumplimiento de las referidas obligaciones.

Artículo 19.- Podrá formalizarse la presentación de una sola solicitud por mes de exportación, a partir del día 21 del mes siguiente al de su perfeccionamiento, siempre que haya sido presentada la declaración jurada del impuesto al valor agregado correspondiente al período fiscal de dicho perfeccionamiento.

Cuando la presentación se formalice con posterioridad al primer mes inmediato siguiente al del perfeccionamiento de la exportación, también deberán hallarse cumplidas las presentaciones de las declaraciones juradas vencidas, inclusive la correspondiente al mes anterior al de la interposición de la solicitud.

Artículo 23.- Cuando las presentaciones sean incompletas o insuficientes en cuanto a los elementos documentales que resulten procedentes o, en su caso, se comprueben inconsistencias en las declaraciones juradas presentadas y destinaciones de exportación, relacionadas con el importe vinculado, el juez administrativo requerirá -dentro de los seis (6) días hábiles administrativos inmediatos siguientes al de la presentación realizada en los términos del artículo 13 o, en su caso, 14 que se subsanen las omisiones o inconsistencias observadas. Se otorgará al responsable un plazo no inferior a cinco (5) días hábiles administrativos, bajo apercibimiento de disponerse el archivo de las actuaciones en caso de incumplimiento. La presentación se considerará formalmente admisible desde la fecha de cumplimiento del mencionado requerimiento, siempre que se hubiese cumplido con la obligación dispuesta en el artículo 16.

Transcurrido el plazo de SEIS (6) días hábiles administrativos señalado precedentemente, sin que el juez administrativo hubiera efectuado el referido requerimiento, la solicitud se considerará formalmente admisible desde la fecha de su presentación realizada en los términos del artículo 13 o, en su caso 14, siempre que se hubiese cumplido con la obligación dispuesta en el artículo 16.

SOLICITUDES DE ACREDITACIÓN, DEVOLUCIÓN O TRANSFERENCIA. DETRACCIONES

Artículo 24.- El juez administrativo procederá a detraer los montos correspondientes de los importes consignados en la solicitud, cuando:

a) Surjan inconsistencias como resultado de los controles informáticos sistematizados, a partir de los cuales se observen situaciones donde:

1. Los agentes de retención han omitido actuar en tal carácter respecto de los pagos correspondientes a adquisiciones que integren el crédito fiscal de la solicitud presentada. A efectos de posibilitar un adecuado proceso de la información y evitar inconsistencias, el exportador deberá informar en el Sistema de Control de Retenciones (SICORE) establecido por la Resolución General N° 738, sus modificatorias y complementarias, los créditos vinculados objeto de la retención por los regímenes correspondientes.

2. Los proveedores informados no se encuentren inscriptos como responsables del impuesto al valor agregado, a la fecha de emisión del comprobante.

3. Los proveedores informados integren la base de contribuyentes no confiables.

4. Se compruebe la falta de verosimilitud de las facturas o documentos equivalentes que respaldan el pedido.

5. No se haya dado cumplimiento a las obligaciones tributarias respecto de los créditos fiscales vinculados.

b) El informe especial a que se hace referencia en el inciso c) del artículo 13, contenga los conceptos y montos observados que hayan motivado una opinión con salvedades.

Contra dichas detracciones los responsables, podrán interponer el recurso previsto en el artículo 74 del Decreto Reglamentario de la Ley N° 11.683, texto ordenado en 1998 y sus modificaciones.

No obstante lo dispuesto en párrafo anterior, el solicitante podrá interponer una nota en disconformidad, ante el juez administrativo interviniente, dentro de los quince (15) días hábiles administrativos inmediatos siguientes a la fecha de notificación de la comunicación indicada en el artículo 25, respecto de los comprobantes no aprobados. Dicha disconformidad estará limitada a que la cantidad de comprobantes no exceda de cincuenta (50) y en la medida en que el monto vinculado sujeto a análisis sea inferior al cinco por ciento (5%) de la solicitud.

COMUNICACIÓN DE PAGO. AUTORIZACIÓN DE ACREDITACIÓN Y TRANSFERENCIA. OBSERVACIONES

Artículo 25.- El juez administrativo competente emitirá una comunicación informando el monto autorizado, y en su caso el de las detracciones que resulten procedentes según lo dispuesto en el artículo 24, dentro de los quince (15) días hábiles administrativos contados desde la fecha en que la solicitud interpuesta resulte formalmente admisible, de acuerdo con lo establecido en el artículo 23.

La aprobación de los montos consignados en la solicitud del exportador y las detracciones que resulten procedentes, por parte del juez administrativo interviniente, se realizará sobre la base de la consulta a los controles informáticos sistematizados que administra las situaciones a que se refiere el artículo 24 y al servicio detalle de incumplimientos de obligaciones tributarias mencionado en el artículo 16.

En el caso de que transcurra un plazo de más de treinta (30) días corridos desde la fecha de registro, según lo dispuesto en los artículos 16 ó 18, según corresponda, sin que se haya emitido el acto administrativo pertinente, el solicitante deberá cumplir nuevamente con la obligación referida en el primer párrafo del artículo 16, dentro de los dos (2) días hábiles administrativos inmediatos siguientes a aquel en que se haya cumplido dicho plazo. De no efectuarse la actualización del detalle de incumplimientos de obligaciones tributarias, en el citado lapso, será de aplicación lo previsto en el último párrafo del artículo 18.

Asimismo, si en forma previa a la emisión de la comunicación a que hace referencia el presente artículo, el solicitante conforma un nuevo detalle de incumplimientos con motivo

de la presentación de una nueva solicitud, dicha información servirá de base a los efectos previstos en este artículo.

Los solicitantes podrán ingresar mediante el servicio de clave fiscal en la página "web" de este organismo (<http://www.afip.gov.ar>) y seleccionar la opción denominada "Recupero de IVA por Exportaciones - Estado de trámite", a efectos de tomar conocimiento de la emisión del acto que les será notificado pudiendo concurrir a la respectiva dependencia a dicho fin.

Artículo 27.- En el caso de devoluciones, el pago se hará efectivo dentro de los cinco (5) días hábiles administrativos inmediatos siguientes a la fecha de emisión de la comunicación indicada en el artículo anterior.

Artículo 28.- Emitido el acto y puesto en conocimiento del contribuyente, según lo previsto en el artículo 25, los solicitantes podrán:

a) Requerir un cambio en la forma de efectivización en la medida que hubiesen transcurrido SEIS (6) días hábiles administrativos desde la fecha de notificación de dicho acto y siempre que no se hubiese efectivizado el pago. A tal efecto deberán utilizar el servicio de clave fiscal de la página "web" de este organismo (<http://www.afip.gov.ar>) y seleccionar la opción denominada "Recupero de IVA por Exportaciones - Realizar cambios de destino". Dicho cambio procederá únicamente por el importe autorizado en devolución, neto del monto afectado a la cancelación de deudas impositivas y/o previsionales y aquellos correspondientes al pago del crédito otorgado por instituciones bancarias en el marco de la Ley N° 24.402 y su modificación, a que se hace referencia en el artículo 30 de la presente resolución general.

b) Rectificar la solicitud interpuesta incorporando nuevos conceptos. En tal caso, deberá incluirse en el informe mencionado en el inciso c) del artículo 13, de la presente resolución general los motivos de tal rectificación.

A los efectos del cálculo de los intereses a favor de los responsables se mantendrá la fecha de la presentación originaria para aquellos conceptos que no hayan sido modificados respecto de dicha presentación.

c) Presentar una nueva rectificativa con posterioridad a la emisión del acto correspondiente a la solicitud a que se refiere el inciso anterior, en cuyo caso deberán transcurrir noventa (90) días corridos entre la fecha de emisión del citado acto y la interposición de la nueva rectificativa. En caso que el monto vinculado de ésta última supere en un veinte por ciento (20%) al monto de la anterior, la solicitud será tramitada en el marco del Título IV de la presente resolución general.

Artículo 29.- Cuando los sujetos no hayan realizado presentaciones en los veinticuatro (24) meses inmediatos anteriores al de interposición del pedido de reintegro, el

plazo de quince (15) días hábiles administrativos fijado en el primer párrafo del artículo 25 se extenderá a treinta (30) días hábiles administrativos.

SOLICITUD DE TRANSFERENCIA

Artículo 31.- En las solicitudes de transferencia los cedentes deberán presentar una nota, cuyo modelo obra en el Apartado A) del Anexo VIII de la presente resolución general, por cada cesionario a favor del cual soliciten la transferencia de los créditos susceptibles de reintegro.

Los cesionarios podrán aplicar los importes transferidos, luego de emitida la comunicación de transferencia autorizada prevista en el artículo 25. A tal efecto, presentarán:

a) Una nota cuyo modelo obra en el Apartado B) del Anexo VIII de la presente resolución general.

b) El formulario de declaración jurada N° 574 por cada impuesto y concepto que se compense.

c) La copia de la nota presentada por el cedente, debidamente intervenida por la dependencia receptora de la misma.

d) La copia de la aludida comunicación.

Los cesionarios formalizarán la presentación dispuesta en el párrafo anterior ante la dependencia de este organismo en la que se encuentren inscriptos.

Las firmas de las notas indicadas en los mencionados anexos, deberán estar autenticadas por escribano público.

TÍTULO II - RÉGIMEN DE COMPENSACIÓN CON IMPORTES ORIGINADOS EN REGIMENES DE RETENCIÓN Y PERCEPCIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

Artículo 33.- Los sujetos a que se refiere el Artículo 1° de la presente que, en su carácter de agentes de retención o percepción, hayan practicado retenciones o efectuado percepciones del impuesto al valor agregado -conforme a los regímenes establecidos o que establezca este Organismo-, podrán compensar los importes de dichas obligaciones con el monto del impuesto facturado por el cual se formula la solicitud, de acuerdo con lo dispuesto en el Anexo IX de la presente resolución general.

TÍTULO IV - RÉGIMEN DE REINTEGRO DEL IMPUESTO ATRIBUIBLE A EXPORTACIONES SUJETO A FISCALIZACIÓN

Artículo 43.- Se tramitarán por el presente título conforme lo establecido en el Anexo XII de esta resolución general, las solicitudes formuladas por los sujetos indicados en el

inciso a) o, en su caso, los conceptos y solicitudes mencionados en los incisos b), c) y d) del artículo 4º y las solicitudes rectificativas a que se refiere el inciso c) del artículo 28, de la presente resolución general.

Artículo 44.- Cuando se produzca la causal de exclusión prevista en el inciso c) del artículo 4º (verificaciones practicadas que determinen la ilegitimidad o improcedencia del impuesto facturado, respecto de solicitudes ya tramitadas), lo dispuesto en el artículo anterior se aplicará tanto a las solicitudes en curso a la fecha de notificación del acto administrativo que disponga la impugnación -total o parcial- del impuesto facturado y reintegrado, así como a las interpuestas con posterioridad a la citada fecha, que se indican a continuación:

a) Las tres (3) primeras solicitudes, cuando:

1. El monto del impuesto facturado impugnado se encuentre comprendido entre el cinco por ciento (5%) y el diez por ciento (10%) del monto total de la solicitud de acreditación, devolución o transferencia, observada, previo al cómputo de las compensaciones que hubieran sido procedentes, o

2. el monto del impuesto impugnado resulte inferior al cinco por ciento (5%) del monto indicado en el punto anterior y el responsable no ingrese el ajuste efectuado.

b) Las doce (12) primeras solicitudes, cuando:

1. El monto del impuesto facturado impugnado resulte superior al diez por ciento (10%) del monto total de la solicitud de acreditación, devolución o transferencia, observada, previo al cómputo de las compensaciones que hubieran sido procedentes, o

2. se tratara de reincidencias dentro de los últimos doce (12) meses anteriores a la fecha de presentación de la solicitud, el monto del impuesto impugnado resulte inferior al cinco por ciento (5%) del monto indicado en el punto 1. del inciso a) y el responsable no ingrese el ajuste efectuado.

TÍTULO V - DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 45.- Como condición previa a la devolución y/o transferencia del monto que resulte procedente, los responsables deberán:

a) Tener cumplida la presentación de todas las declaraciones juradas vencidas por cualquier concepto, relacionadas con sus obligaciones impositivas y/o previsionales.

b) Cancelar y/o solicitar que este organismo proceda a cancelar en su nombre las deudas por aportes y contribuciones con destino al Sistema Único de Seguridad Social.

Para solicitar a este organismo la cancelación de las deudas en su nombre, el exportador deberá utilizar el servicio de clave fiscal mencionado en el artículo 16 de la presente resolución general.

En caso de incumplimiento a las obligaciones dispuestas en el primer párrafo, el juez administrativo requerirá que se subsanen los mismos, otorgando al responsable un plazo no inferior a cinco (5) días hábiles administrativos, bajo apercibimiento de disponerse el archivo de las actuaciones.

Artículo 46.- El solicitante podrá desistir de la presentación efectuada, para lo cual deberá presentar una nota. Asimismo, en caso que se pretenda desistir en forma parcial del crédito fiscal vinculado, dicho desistimiento será procedente en la medida que la cantidad de comprobantes desistidos no exceda de cincuenta (50) y siempre que el monto desistido sea inferior al cinco por ciento (5%) del monto vinculado.

Artículo 47.- Las presentaciones a que se refiere esta resolución general se efectuarán ante la dependencia de este organismo que tenga a su cargo el control de las obligaciones tributarias de los peticionantes, excepto para aquellos que se encuentren comprendidos en el artículo 2° de la Resolución General N° 718 y sus modificaciones, que deberán observar lo dispuesto en dicha norma.

Artículo 48.- Las notas que deban presentarse de acuerdo con lo dispuesto en esta resolución general, deberán observar lo normado por la Resolución General N° 1.128.

La documentación indicada en el artículo 40, deberá estar firmada por el intermediario o persona debidamente autorizada, precedida por la fórmula indicada en el artículo 28, "in fine", del Decreto Reglamentario de la Ley N° 11.683, texto ordenado en 1998 y sus modificaciones.

Artículo 49.- La presente resolución general será de aplicación para las solicitudes que se interpongan a partir del 1 de agosto de 2006, inclusive, por operaciones y/o prestaciones de servicios que, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 3°, se hayan perfeccionado a partir del 1 de agosto de 2001, inclusive.

Las disposiciones del artículo 10 de la presente resolución general, también resultarán de aplicación para las solicitudes que se interpongan a partir del 1 de agosto de 2006, inclusive, por operaciones y/o prestaciones de servicios perfeccionadas hasta el 31 de julio de 2001.

Artículo 50.- Déjense sin efecto, a partir de la fecha indicada en el artículo anterior, las siguientes normas:

- a) La Resolución General N° 1.351, sus modificatorias y complementarias.
- b) El artículo 19 de la Resolución General N° 616, sus modificatorias y complementarias, referido a la utilización del programa aplicativo denominado "AFIP - DGI - IVA Solicitud de Reintegro del Impuesto Facturado".

Artículo 51.- Toda cita efectuada en normas vigentes respecto de la Resolución General N° 1.351, sus modificatorias y complementarias, se entenderá referida a la presente resolución general, a partir de la fecha indicada en el artículo 49.

5. RESOLUCIÓN GENERAL AFIP N° 2758/2010

TÍTULO I - RÉGIMEN ESPECIAL PARA LA EMISIÓN Y ALMACENAMIENTO DE COMPROBANTES ORIGINALES QUE RESPALDEN OPERACIONES DE EXPORTACIÓN

Artículo 1º.- Los sujetos comprendidos en el Apartado 2 del Artículo 91 de la Ley N° 22.415 y sus modificaciones -Código Aduanero-, que se encuentren inscriptos en los "Registros Especiales Aduaneros" previstos en el Título II de la Resolución General N° 2570, sus modificatorias y complementarias, deberán emitir comprobantes electrónicos originales, en los términos de la Resolución General N° 2485, sus modificatorias y complementarias, a los fines de respaldar las operaciones de exportación de bienes que encuadren dentro de los subrégimenes enunciados en el Anexo I de la presente.

Sin perjuicio de ello, se encuentran exceptuados de cumplir con el deber de incorporación al régimen establecido por el Artículo 7º de la resolución general citada en último término, debiendo observar lo que se dispone en los artículos siguientes.

Asimismo, las excepciones a la obligación de emisión de comprobantes previstas en el Anexo I, Apartado A, de la Resolución General N° 1415, sus modificatorias y complementarias, no resultarán de aplicación respecto de los sujetos y operaciones de exportación, alcanzados por la presente.

Artículo 2º.- Quedan exceptuadas de lo establecido por esta resolución general, las destinaciones de exportación realizadas bajo la modalidad de exportación por cuenta y orden de terceros.

Artículo 3º.- Están alcanzados por las disposiciones de la presente, los comprobantes que se detallan a continuación:

- a) Facturas de exportación clase "E".
- b) Notas de crédito y notas de débito por operaciones de exportación.

Artículo 4º.- A efectos de confeccionar los comprobantes electrónicos originales, los contribuyentes deberán solicitar vía "Internet" a esta Administración Federal la autorización de emisión pertinente.

Dicha solicitud se realizará mediante alguna de las siguientes opciones:

- a) El intercambio de información basado en servicio "web", cuyas especificaciones técnicas se encuentran consignadas en el Anexo II de la presente.

b) El servicio denominado "Comprobantes en línea", a través del cual se podrán generar hasta dos mil cuatrocientos (2400) comprobantes anuales, para lo cual deberá contarse con "Clave Fiscal" habilitada con Nivel de Seguridad 2, conforme a lo establecido por la Resolución General N° 2.239, su modificatoria y sus complementarias.

c) El servicio denominado "Facturador Plus", mediante el cual se podrán importar hasta cincuenta (50) registros por envío/lote desde un archivo externo -cuyo diseño de registro se encuentra disponible en el sitio "web" de este Organismo (<http://www.afip.gob.ar>)-, a cuyo fin previamente deberá ingresarse al servicio indicado en el inciso b) del presente artículo.

Artículo 5°.- La solicitud de emisión de los comprobantes electrónicos originales a que se refiere el Artículo 3°, deberá ser efectuada por cada punto de venta, que será específico y distinto a los utilizados para los documentos que se emitan a través del equipamiento electrónico denominado "Controlador Fiscal" y/o de conformidad con lo dispuesto por las Resoluciones Generales N° 100, N° 1.415 y N° 2.485, sus respectivas modificatorias y complementarias, y/o para otros regímenes o sistemas de facturación utilizados. De resultar necesario podrá utilizarse más de un punto de venta, cumplimentando lo indicado precedentemente.

Asimismo, los puntos de venta generados mediante los servicios denominados "Comprobantes en línea", "Facturador Plus" o "Web Services" deberán ser distintos entre sí.

Artículo 6°.- En oportunidad de la emisión de los comprobantes electrónicos, deberá observarse lo que se indica a continuación:

a) La numeración será correlativa, conforme lo establecido por la Resolución General N° 1415, sus modificatorias y complementarias.

b) Se consignarán:

1. Los datos previstos en el Apartado A) del Anexo II de la citada resolución general para los comprobantes clase "E".

2. Como otros datos comerciales, la información vinculada a la forma de pago y cláusula de venta ("incoterms").

3. El número de "Remito Electrónico Tabacalero" o del "Resumen de Datos de Exportación", conforme lo dispuesto por la Resolución General N° 2509, de corresponder.

c) La fecha de emisión no podrá exceder los cinco (5) días corridos -anteriores o posteriores- desde la fecha de autorización del comprobante.

Cuando se otorgue el Código de Autorización Electrónico "C.A.E.", la fecha de comprobante consignada se considerará como fecha de emisión del comprobante electrónico original.

En caso que en la solicitud no constare la fecha del documento, se considerará fecha de emisión del comprobante, la de otorgamiento del respectivo "C.A.E."

d) Cuando una determinada operación requiera el uso de más de un ejemplar del mismo tipo de comprobante, corresponderá proceder de la siguiente forma:

1. Asignar a todas las hojas utilizadas el número de comprobante generado por el sistema e imprimir en cada una de ellas el número de las mismas y el número total de ejemplares usados, mediante la simbología: Hoja 1 de n; 2 de n; n de n; y

2. Trasladar el importe parcial -subtotal- obtenido en cada uno de ellos al o a los ejemplares siguientes, no correspondiendo totalizar cada ejemplar en forma independiente. El importe total de la operación se deberá consignar en la última hoja utilizada.

e) De tratarse del envío de mercaderías al exterior bajo los regímenes que seguidamente se indican, se podrá consignar cero (0) como importe de la operación. En tales casos, el Valor FOB unitario de la mercadería declarado en el Permiso de Embarque, deberá encontrarse detallado en el campo "descripción del ítem" del respectivo comprobante de exportación:

1. Régimen de muestras definido en los Artículos 560 a 565 del Código Aduanero - código de ventaja muestraexpo-

2. Régimen de exportación para compensar envíos de mercadería con deficiencias, definido en los Artículos 573 a 577 del Código Aduanero -código de ventaja sustituexpo.

3. Con fines promocionales en el marco de lo dispuesto por la Resolución N° 772 (ANA) -código de ventaja promoexpo-

4. A título gratuito -código de ventaja exponotitoneroso-."

Artículo 8°.- Esta Administración Federal autorizará o rechazará la solicitud de emisión de los comprobantes, otorgando un Código de Autorización Electrónico "C.A.E." por cada comprobante solicitado y autorizado.

Los comprobantes electrónicos aludidos no tendrán efectos fiscales frente a terceros hasta que este Organismo otorgue el mencionado "C.A.E."

Una vez asignado el "C.A.E.", tales comprobantes sólo podrán ser modificados mediante la utilización de otro documento fiscal electrónico -nota de crédito o nota de débito, según corresponda-

La fecha de vencimiento del citado "C.A.E." coincidirá con la fecha de emisión del comprobante. Dicho vencimiento no afectará la puesta a disposición del cliente del comprobante electrónico autorizado, ni la realización de los correspondientes trámites aduaneros.

Artículo 11.- Sin perjuicio de las obligaciones establecidas en el Artículo 6°, corresponderá que se cumpla con lo que -según el caso- se indica seguidamente:

a) Si la factura se confecciona previamente a la destinación aduanera, la vinculación de las mismas deberá efectuarse al momento de la oficialización de esta última.

b) Si la factura se confecciona luego de la oficialización de la destinación aduanera, la misma se vinculará automáticamente a esta última. En ella se deberán informar los datos de "Destino de la mercadería" e "Identificador de la destinación" (Año/AD/Tipo/Nº Reg/DC).

En todos los casos, se indicará el "País destino de la factura".

El cumplimiento de lo establecido precedentemente dará por satisfecha la obligación prevista en el punto 1.1.5. del Anexo II de la Resolución General Nº 1921 y sus modificatorias, con relación a las destinaciones oficializadas a partir de los plazos previstos en los incisos a) y b) del Artículo 15 de la presente.

Cuando se emitan notas de crédito y/o débito que reflejen ajustes relacionados a una operación, deberán contener -de manera obligatoria- los DOCE (12) dígitos correspondientes al punto de venta y número de comprobante de la operación original.

Asimismo, cada nota de crédito y/o débito generada deberá relacionarse con un único comprobante de exportación (factura, nota de débito o nota de crédito).

6. ARTÍCULOS DEL CODIGO ADUANERO ARGENTINO CONSULTADOS

Artículo 93. - Las personas que hubieran iniciado el trámite de inscripción como comerciantes en el Registro Público de Comercio podrán solicitar a la Administración Nacional de Aduanas su inscripción provisional en el Registro de Importadores y Exportadores por el plazo de SEIS (6) meses, siempre que cumplieren los demás requisitos exigidos en el artículo 94. Esta inscripción provisional podrá prorrogarse por el plazo de tres (3) meses, cuando el trámite de inscripción como comerciante estuviere aún pendiente.

Artículo 94. - 1. Son requisitos para la inscripción en el Registro de Importadores y Exportadores cuando se tratare de personas de existencia visible:

a) Tener capacidad para ejercer por sí mismo el comercio.

b) Acreditar la inscripción y el domicilio fiscal ante la Dirección General Impositiva, dependiente de la Administración Federal de Ingresos Públicos, entidad autárquica en el ámbito del Ministerio de Economía, a través de la Clave Única de Identificación Tributaria (CUIT).

c) Acreditar la solvencia necesaria u otorgar a favor de la Dirección General de Aduanas dependiente de la Administración Federal de Ingresos Públicos una garantía, conforme y según determinare la reglamentación, en seguridad del fiel cumplimiento de sus obligaciones.

d) No estar comprendido en alguno de los siguientes supuestos:

- 1) Haber sido condenado por algún delito aduanero, impositivo o previsional, siempre que no haya transcurrido el doble del máximo de la pena prevista en la ley para dicho delito desde el momento de cumplida la condena.
 - 2) Haber sido socio ilimitadamente responsable, director o administrador de cualquier sociedad o asociación, cuando la sociedad o la asociación de que se tratare hubiera sido condenada por cualquiera de los ilícitos mencionados en el punto 1). Se exceptúa de esta inhabilitación a quienes probaren haber sido ajenos al acto o haberse opuesto a su realización.
 - 3) Estar procesado judicialmente o sumariado en jurisdicción de la Administración Federal de Ingresos Públicos, entidad autárquica en el ámbito del Ministerio de Economía, por cualquiera de los ilícitos indicados en el punto 1) mientras no fuere sobreseído o absuelto por sentencia o resolución firme. No obstante lo dispuesto precedentemente, podrán inscribirse en el Registro de Importadores y Exportadores en la medida que otorguen garantías suficientes en resguardo del interés fiscal.
 - 4) Haber sido sancionado con la eliminación de cualquiera de los demás registros previstos en el Artículo 9, apartado 2. inciso l) del Decreto N 618/97, hasta que se hallare en condiciones de reinscribirse.
 - 5) Ser fallido.
 - 6) Estar inhibido judicialmente para administrar o disponer de sus bienes mientras esta situación subsistiere.
 - 7) Estar inhabilitado para importar o exportar.
2. Son requisitos para la inscripción en este Registro cuando se tratare de personas de existencia ideal:
- a) Estar inscriptas en la Inspección General de Justicia, dependiente del Ministerio de justicia, seguridad y derechos humanos o en su caso en el organismo correspondiente y presentar sus contratos sociales o estatutos.
 - b) Acreditar la inscripción y el domicilio fiscal ante la Dirección General Impositiva dependiente de la Administración Federal de Ingresos Públicos, entidad autárquica en el ámbito del Ministerio de Economía, a través de la Clave Única de Identificación Tributaria (CUIT).
 - c) Acreditar la solvencia necesaria u otorgar a favor de la Dirección General de Aduanas dependiente de la Administración Federal de Ingresos Públicos, entidad autárquica en el ámbito del Ministerio de Economía, una garantía en seguridad del fiel cumplimiento de sus obligaciones, de conformidad con lo que determine la reglamentación.

d) No encontrarse la sociedad, asociación o cualesquiera de sus directores, administradores o socios ilimitadamente responsables en alguno de los supuestos previstos en el Apartado 1. Inciso d) de este artículo.

Artículo 95 - 1. La solicitud de inscripción deberá presentarse ante la aduana que correspondiere a su domicilio, con los recaudos que determinare la reglamentación.

2. La aduana interviniente, una vez cumplidos los requisitos establecidos en el artículo 94, apartado 1. o en el 2., según correspondiere, elevará la solicitud con todos sus elementos a la Dirección General de Aduanas, la que dictará una resolución que admita o deniegue la inscripción solicitada dentro de los treinta (30) días, a contar desde su recepción.

3. Contra la resolución denegatoria, el interesado podrá interponer recurso ante el Ministerio de Economía, dentro de los diez (10) días de notificada. las actuaciones se elevarán a dicho ministerio dentro de los quince (15) días, el que deberá dictar resolución en el plazo de treinta (30) días a contar desde su recepción.

4. Si transcurriere el plazo previsto en el apartado 2 sin que hubiere recaído resolución, el interesado podrá ocurrir directamente ante el Ministerio de Economía, el que se abocará al conocimiento de la cuestión, y previo requerimiento de las actuaciones a la Dirección General de Aduanas, resolverá admitir o denegar la inscripción, en el plazo de treinta (30) días a contar desde la recepción de estas últimas.

5. Confirmada la denegatoria por el Ministerio de Economía, o en su caso, vencido el plazo de treinta (30) días fijado en los apartados 3 y 4. Sin que el mismo hubiere dictado resolución, el interesado podrá promover sin más trámite acción ordinaria en sede judicial.

6. En la medida en que resultaren compatibles con el procedimiento reglado en este artículo, le serán aplicables supletoriamente las disposiciones de la Sección XIV de este código.

CAPÍTULO SEXTO

DERECHOS DE EXPORTACIÓN

Artículo 724. - El derecho de exportación grava la exportación para consumo.

Artículo 725. - La exportación es para consumo cuando la mercadería se extrae del territorio aduanero por tiempo indeterminado.

Artículo 726. - Es aplicable el derecho de exportación establecido por la norma vigente en la fecha del registro de la correspondiente solicitud de destinación de exportación para consumo.

Cuando se trate de los supuestos a los que se refiere el apartado 2. Del artículo 10, el derecho de exportación aplicable será el establecido por la norma vigente en la fecha de vencimiento de las obligaciones de hacer efectivos los cánones y derechos de licencia, según lo dispuesto en el contrato respectivo.

Artículo 727. - No obstante lo dispuesto en el artículo 726, cuando ocurriere alguno de los siguientes hechos corresponderá aplicar el derecho de exportación establecido por la norma vigente en la fecha de: a) la comisión del delito de contrabando o, en caso de no poder precisársela, en la de su constatación; b) la falta de mercadería sujeta al régimen de depósito provisorio de exportación o al de removido o, en caso de no poder precisársela, en la de su constatación; c) la transferencia de mercadería sin autorización, el vencimiento del plazo para reimportar o cualquier otra violación de una obligación que se hubiere impuesto como condición esencial para el otorgamiento del régimen de exportación temporaria o, en caso de no poder precisarse la fecha de comisión del hecho, en la de su constatación.

Artículo 728. - A los fines de la liquidación de los derechos de exportación y de los demás tributos que gravaren la exportación para consumo, serán de aplicación el régimen tributario, la alícuota, la base imponible y el tipo de cambio para la conversión de la moneda extranjera en moneda nacional de curso legal, vigentes en las fechas indicadas en los artículos 726 y 727.

Artículo 729. - 1. No obstante lo dispuesto en el artículo 728 y cuando se tratase del supuesto previsto en el artículo 726, el Poder Ejecutivo podrá establecer con relación a determinada mercadería un régimen opcional en virtud del cual, a los fines de la liquidación de los derechos de exportación y de los demás tributos que gravaren la exportación para consumo, sean aplicables el régimen tributario, la alícuota y la base imponible vigentes a la fecha en que se perfeccionare el contrato de compraventa y siempre que el interesado registre dicho contrato ante el organismo que al efecto se designare, dentro de un plazo que no podrá exceder de CINCO (5) días, contado desde el perfeccionamiento mencionado. 2. A los fines de lo establecido en el apartado 1, el tipo de cambio aplicable para la conversión de la moneda extranjera en moneda nacional de curso legal, será el vigente a la fecha del registro de la solicitud de destinación de exportación para consumo.

Artículo 730. - Cuando hubiere optado por el régimen previsto en el artículo 729, el exportador deberá, una vez registrado el contrato y dentro de los plazos que al efecto se establecieren, cumplir con la respectiva exportación. Se considerará que se ha cumplido con la exportación cuando la misma comprendiere por lo menos a un NOVENTA (90%) por ciento de la cantidad, peso o volumen declarados en el contrato registrado, de acuerdo a la especie de mercadería de que se tratare.

Artículo 731. - Cuando el exportador acredite fehacientemente que no ha podido exportar en los plazos, formas y condiciones contemplados en el artículo 730 por razones de caso fortuito o de fuerza mayor, se podrá prorrogar el plazo correspondiente o exceptuarlo de dicha obligación de exportación.

Artículo 732. - Para hacer uso del régimen previsto en el artículo 729, el exportador deberá garantizar el importe de las sanciones eventualmente aplicables a que hace referencia el artículo 969.

Artículo 733. - El derecho de exportación puede ser ad valorem o específico.

Artículo 734. - El derecho de exportación ad valorem es aquél cuyo importe se obtiene mediante la aplicación de un porcentual sobre el valor imponible de la mercadería o, en su caso, sobre precios oficiales FOB.

Artículo 735. - 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.

Artículo 736. - 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.

Inciso d).- el lugar en que practicara la última medición de embarque para la mercadería que se exportara por oleoductos, gasoductos, poliductos o redes de tendido eléctrico.

Artículo 737. - No obstante lo dispuesto en el artículo 735, se excluyen del valor imponible los derechos y demás tributos que gravaren la exportación.

Artículo 738. - Cuando se tratare de contrabando y no pudiese determinarse el lugar a que se refiere el artículo 736, dicho lugar será aquél en que se encontrare situada la aduana de frontera en cuya jurisdicción se hubiera cometido el mismo o, en caso de no poder precisarse dicho lugar, el correspondiente a la aduana en cuya jurisdicción se lo hubiera constatado.

Artículo 739. - Los gastos a que se refiere el artículo 736 comprenden especialmente: a) los gastos de transporte y de seguro hasta el puerto, aeropuerto o lugar previstos en el mencionado artículo; b) las comisiones; c) los corretajes; d) los gastos para la obtención, dentro del territorio aduanero, de los documentos relacionados con la exportación desde dicho territorio; e) los tributos exigibles dentro del territorio aduanero, con exclusión de aquéllos que con motivo de la exportación hubieran sido eximidos o cuyos importes

hubieran sido o debieran ser reembolsados como así también de los derechos y demás tributos que gravaren la exportación para consumo; f) el costo de los embalajes, excepto si éstos siguen su régimen aduanero propio; g) los gastos de embalaje (mano de obra, materiales y otros gastos); y h) los gastos de carga, excluidos los de estiba en la medida en que no estuvieren comprendidos en aquéllos.

Artículo 740. - El valor imponible se determinará suponiendo que la venta se limita a la cantidad de mercadería a valorar. No obstante, cuando se tratase de envíos sucesivos o escalonados o de despachos fraccionados que correspondieren a una misma venta, los descuentos o bonificaciones en función de la cantidad serán admisibles en las condiciones y dentro de las tolerancias que estableciere la reglamentación.

Artículo 741. - El valor imponible se determinará tomando en consideración el nivel comercial que correspondiere a la transacción que da lugar a la exportación, sobre la base de operaciones de comercio usuales.

Artículo 742. - Una venta efectuada entre un vendedor y un comprador independientes uno de otro es una venta en la que, especialmente, se cumplen las siguientes condiciones: a) el pago del precio de la mercadería constituye la única prestación efectiva del comprador; b) el precio convenido no está influido por relaciones comerciales, financieras o de otra clase, sean o no contractuales, que pudieran existir, aparte de las creadas por la propia venta, entre el vendedor o cualquier persona de existencia visible o ideal asociada con él en negocios, por una parte, y el comprador o cualquier persona de existencia visible o ideal con él asociada en negocios, por la otra; c) ninguna parte del producto que proceda de las reventas o de otros actos de disposición o, incluso, de la utilización de que fuere objeto posteriormente la mercadería, revierte directa o indirectamente al vendedor o cualquier persona de existencia visible o ideal asociada en negocios con el vendedor.

Artículo 743. - El valor imponible se determinará considerando que el precio comprende, para dicha mercadería, el valor del derecho de utilizar la patente, el dibujo o el modelo; o la marca de fábrica o de comercio cuando la mercadería a valorar: a) hubiere sido fabricada con arreglo a una patente de invención o conforme a un dibujo o a un modelo protegido, o b) se exportare con una marca de fábrica o de comercio, o c) se exportare para ser objeto, bien de una venta o de otro acto de disposición con una marca de fábrica o de comercio, bien de una utilización con tal marca.

Artículo 744. - 1. Cuando los elementos que se tuvieren en cuenta para la determinación del valor o del precio pagado o por pagar estuvieren expresados en una moneda distinta a la nacional de curso legal, el tipo de cambio aplicable para la conversión será el mismo en vigor que, para determinar todos los elementos necesarios para liquidar

los derechos de exportación, establecen los artículos 726, 727 ó 729, apartado 1, según correspondiere. 2. A los fines del apartado 1, la Administración Nacional de Aduanas determinará el tipo de cambio aplicable.

Artículo 745. - El objeto de la definición del valor imponible es permitir, en todos los casos, el cálculo de los derechos de exportación sobre la base del precio al que cualquier vendedor podría entregar la mercadería que se exportare, en los lugares a que se refiere el artículo 736, como consecuencia de una venta efectuada entre un vendedor y un comprador independientes uno del otro. Este concepto tiene un alcance general y es aplicable haya sido o no la mercadería que se exportare objeto de un contrato de compraventa y cualesquiera que fueren las condiciones de este contrato.

Artículo 746. - 1. El hecho de que existiere vinculación entre el comprador y el vendedor que afectare lo dispuesto en el artículo 735, no constituye motivo suficiente para considerar inaceptable el precio pagado o por pagar, salvo que tal vinculación influyere en el precio. 2. Si la vinculación influyere en el precio, el servicio aduanero podrá desestimar el precio pagado o por pagar como base de valoración y en tal caso determinará el valor de conformidad con lo previsto en el artículo 748.

Artículo 747. - Se aceptará el precio pagado o por pagar y en tal caso se valorará la mercadería de conformidad con lo previsto en el artículo 746, apartado 1, si el exportador demostrare que dicho precio no difiere sustancialmente de alguno de los valores corrientes y resultantes de tomar en consideración el artículo 748, incisos a), b) o c). No obstante, si el servicio aduanero dispusiere igualmente de antecedentes, tomando en consideración los mismos criterios, que difirieren notoriamente del precio pagado o por pagar, podrá exigir del exportador que justifique su precio de transacción bajo apercibimiento de no considerarlo aceptable.

Artículo 748. - Cuando el precio pagado o por pagar no constituyere una base idónea de valoración a los fines de determinar el valor imponible en forma correcta, el servicio aduanero podrá apartarse del mismo en cuyo caso corresponderá utilizar como base de valoración la que mejor se adecuare de las previstas a continuación: a) el valor obtenido por estimación comparativa con mercadería idéntica o, en su defecto, similar competitiva, que hubiere sido objeto de despacho, tomando en consideración las modalidades inherentes a la exportación; b) el valor obtenido a partir de la cotización internacional de la mercadería, tomando en consideración las modalidades inherentes a la exportación; c) el valor obtenido mediante la aplicación de precios preestablecidos para períodos ciertos y determinados, resultantes de procesar y promediar precios usuales de mercadería idéntica o, en su defecto, de similar competitiva, tomando en consideración las modalidades inherentes a la exportación; d) el valor obtenido a partir del precio de venta en

el mercado interno del país de destino, pagado o estimado, de la mercadería que se exportare o, en su defecto, de la idéntica o similar competitiva, previa deducción de los costos, gastos y tributos ocasionados o exigibles en aquel país así como del flete, seguro y demás gastos ocasiones luego de la salida de la mercadería del territorio aduanero y de los derechos y demás tributos que gravaren en éste su exportación, tomando consideración las modalidades inherentes a la exportación; e) el valor obtenido a partir del costo de producción, tomando en consideración las modalidades inherentes a la exportación; f) el valor de la mercadería que se exportare obtenido a partir del precio de venta, pagado o estimado, en el mercado interno del territorio aduanero de exportación, tomando en consideración las modalidades inherentes a la exportación y el mercado al cual la misma hubiere de destinarse; g) el valor obtenido sobre la base del importe total presunto del alquiler o su equivalente durante el tiempo de duración útil de la mercadería, con los ajustes necesarios para determinar el valor imponible, cuando se tratare de mercadería que se exportare sobre la base de un contrato de locación, leasing o similar.

Artículo 749. - Facultase al Poder Ejecutivo para dictar normas interpretativas de las precedentes disposiciones relativas al valor imponible de la mercadería que se exportare, sin perjuicio de las normas de interpretación y aplicación que pudiere dictar la

Administración Nacional de Aduanas, de conformidad a lo previsto en el artículo 23, inciso i). *Nota de redacción. Ver: Ley 22.792 Art.5 ((B.O. 25-04-83). Se autoriza al P.E.N. a delegar en el Ministerio competente en razón de la materia involucrada y en las condiciones que en su caso estimare conveniente establecer, las facultades conferidas por este artículo.*
)

Artículo 750. - El valor imponible de la mercadería que se exportare se determinará para toda mercadería que deba ser declarada en las aduanas, incluso la que no estuviere gravada o la que se hallare sujeta a precios oficiales o a derechos específicos.

Artículo 751. - 1. Los precios oficiales mencionados en el artículo 734 serán los establecidos o a establecerse en la forma que determinare el Poder Ejecutivo para casos originados en situaciones derivadas de razones de orden económico y técnico, cuidando de no desvirtuar la noción del valor real de la mercadería. 2. El Poder Ejecutivo podrá delegar esta facultad en los organismos que determinare.

Artículo 752. - El derecho de exportación específico es aquél cuyo importe se obtiene mediante la aplicación de una suma fija de dinero por cada unidad de medida.

Artículo 753. - Cuando la unidad monetaria en que se hubiera establecido el importe a que se refiere el artículo 752 no fuere de curso legal en la Nación, su conversión se efectuará de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 728.

Artículo 754. - El derecho de exportación específico deberá ser establecido por ley.

Artículo 755.- 1. En las condiciones previstas en este código y en las leyes que fueren aplicables, el Poder Ejecutivo podrá: a) gravar con derecho de exportación la exportación para consumo de mercadería que no estuviere gravada con este tributo; b) desgravar del derecho de exportación la exportación para consumo de mercadería gravada con este tributo; y c) modificar el derecho de exportación establecido. 2. Salvo lo que dispusieren leyes especiales, las facultades otorgadas en el apartado 1 únicamente podrán ejercerse con el objeto de cumplir alguna de las siguientes finalidades: a) asegurar el máximo posible de valor agregado en el país con el fin de obtener un adecuado ingreso para el trabajo nacional; b) ejecutar la política monetaria, cambiaria o de comercio exterior; c) promover, proteger o conservar las actividades nacionales productivas de bienes o servicios, así como dichos bienes y servicios, los recursos naturales o las especies animales o vegetales; d) estabilizar los precios internos a niveles convenientes o mantener un volumen de ofertas adecuado a las necesidades de abastecimiento del mercado interno; e) atender las necesidades de las finanzas públicas.

Artículo 756. - Las facultades otorgadas en el artículo 755, apartado 1, deberán ejercerse respetando los convenios internacionales vigentes.

Artículo 757. - 1. El Poder Ejecutivo podrá otorgar exenciones totales o parciales al pago del derecho de exportación, ya sean sectoriales o individuales. 2. Salvo lo que dispusieren leyes especiales, las facultades otorgadas en el apartado 1 de este artículo, únicamente podrán ejercerse con el objeto de cumplir alguna de las siguientes finalidades: a) atender las necesidades de la salud pública, de la sanidad animal o vegetal, o ejecutar la política alimentaria; b) promover la educación, la cultura, la ciencia, la técnica y las actividades deportivas; c) facilitar la acción de instituciones religiosas y demás entidades de bien público sin fines de lucro así como satisfacer exigencias de solidaridad humana; d) cortesía internacional; e) facilitar la realización de exposiciones, ferias, congresos u otras manifestaciones similares; f) dar solución a los problemas que se suscitaren con ocasión de exportaciones de carácter no comercial.

Artículo 758. - En los supuestos en que acordare exenciones, el Poder Ejecutivo podrá establecerlas bajo la condición del cumplimiento de determinadas obligaciones.

Artículo 759. - El incumplimiento de las obligaciones impuestas como condición dará lugar a la aplicación de las sanciones y demás consecuencias contempladas en la norma que hubiere establecido la exención, en este código y en la reglamentación.

Artículo 760. - Cuando no se hubiere establecido plazo de extinción, la obligación impuesta como condición se extingue a los TRES (3) años, a contar del primero de enero del año siguiente a aquél en que hubiera tenido lugar el libramiento.

CAPÍTULO SÉPTIMO

TRIBUTOS CON AFECTACIÓN ESPECIAL

Artículo 761. - Cuando se encomendare al servicio aduanero la aplicación, la percepción u otra función respecto de un tributo con afectación especial y no se previeren todos los recaudos y formalidades para cumplimentarla, se aplicarán supletoriamente las disposiciones de la legislación aduanera.

SECCION X

ESTÍMULOS A LA EXPORTACIÓN

CAPÍTULO PRIMERO

Drawback

Artículo 820. - 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: a) luego de haber sido sometida en el territorio aduanero a un proceso de transformación, elaboración, combinación, mezcla, reparación o cualquier otro perfeccionamiento o beneficio; b) utilizándose para acondicionar o envasar otra mercadería que se exportare.

Artículo 821. - 1. Facultase al Poder Ejecutivo para: a) determinar la mercadería que puede acogerse a este régimen; b) fijar el plazo dentro del cual debe efectuarse la exportación para consumo, a contar desde el libramiento de la mercadería importada para consumo; c) establecer el plazo y las demás condiciones que deberán cumplir los exportadores para acogerse a este beneficio; d) fijar las bases sobre las cuales se liquidará el importe que correspondiere en concepto de drawback; e) determinar los demás requisitos y formalidades relativos a estos regímenes. 2. El Poder Ejecutivo podrá delegar el ejercicio de las funciones y facultades previstas en el apartado 1 en el Ministerio de Economía.

Artículo 822. - 1. La devolución a que se refiere el artículo 820 se hará efectiva directamente por la Administración Nacional de Aduanas, con fondos que tomará de la recaudación que efectuare de tributos que debieren ingresar a rentas generales. 2. En los supuestos en que la Administración Nacional de Aduanas delegare esta función en determinadas aduanas que se hallaren distantes de su sede, el Tribunal de Cuentas de la Nación intervendrá con posterioridad al acto de la devolución.

Artículo 823.- Con sujeción al régimen de garantía previsto en el artículo 453, inciso k), el exportador que hubiere solicitado la destinación de exportación para consumo e ingresare la mercadería a depósito aduanero habilitado al efecto podrá percibir anticipadamente los importes que le correspondieren en concepto de drawback.

Artículo 824.- Cuando en el supuesto previsto en el artículo 823 no se efectuare la exportación para consumo dentro del plazo que determinare la reglamentación, deberá devolverse el importe percibido. La actualización y los intereses que devengare este importe se regirán por lo dispuesto en los artículo 849 y 845, respectivamente, sin perjuicio de las sanciones establecidas en este Código.

CAPÍTULO SEGUNDO

REINTEGROS Y REEMBOLSOS

Artículo 825.- El régimen de reintegros es aquél 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. 2. Los tributos interiores a que se refiere el apartado 1 no incluyen a los tributos que hubieran podido gravar la importación para consumo.

Artículo 826.- El régimen de reintegros es compatible con el de drawback.

Artículo 827.- El régimen de reembolsos es aquél 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.

Artículo 828. - Salvo disposición especial en contrario, el régimen de reembolsos no puede acumularse con el régimen de drawback ni con el de reintegros.

Artículo 829. - 1. Facultase al Poder Ejecutivo para: a) determinar la mercadería que puede acogerse a los regímenes de reintegros y de reembolsos; b) determinar los servicios comprendidos en estos regímenes; c) fijar el valor sobre el cual se liquidará el importe del reintegro y el del reembolso. Tal valor nunca podrá ser superior al valor imponible previsto en los artículos 734 a 749 con más las adiciones que pudieren corresponder por gastos de transporte y de seguro de acuerdo a los beneficios que admitiere por estos conceptos el respectivo régimen de estímulos; d) determinar las alícuotas aplicables; e) condicionar la concesión de los reintegros y de los reembolsos o variar su magnitud en atención al lugar de destino de la mercadería exportada; f) disminuir el importe de los reintegros y el de los reembolsos según la importancia que los insumos importados tuvieren en la mercadería que se exportare; g) establecer el plazo y las demás condiciones que deberán cumplir los administrados para acogerse a estos beneficios; h) determinar los demás requisitos y

formalidades relativos a estos regímenes. 2. El Poder Ejecutivo podrá delegar el ejercicio de las funciones y facultades previstas en el apartado 1 en el Ministerio de Economía.

Artículo 830.- A los fines de la liquidación de los importes que pudieren corresponder en concepto de reintegro o de reembolso serán de aplicación el régimen, la clasificación arancelaria, la alícuota, el valor y el tipo de cambio para la conversión de la moneda extranjera en moneda nacional de curso legal, vigentes en las fechas indicadas en los artículos 726 ó 729, según correspondiere.

Artículo 831.- Con sujeción al régimen de garantía previsto en el artículo 453, inciso 1), el exportador que hubiere solicitado la destinación de exportación para consumo e ingresare la mercadería a depósito aduanero habilitado al efecto podrá percibir anticipadamente los importes que le correspondieren en concepto de reintegro o de reembolso.

Artículo 832.- Cuando en el supuesto previsto en el artículo 831 no se efectuare la exportación para consumo dentro del plazo que determinare la reglamentación, deberá devolverse el importe percibido. La actualización y los intereses que devengare este importe se regirán por lo dispuesto en los artículos 849 y 845, respectivamente, sin perjuicio de las sanciones establecidas en este código.

Artículo 833.- Los reintegros y los reembolsos previstos en este Capítulo se harán efectivos con cargo a los impuestos que determinare el Poder Ejecutivo y en forma en que éste dispusiere.

ANEXO C: ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS EXPORTADORAS.

a) Factoring

El Factoring es un contrato celebrado entre una empresa y una entidad financiera o bien una sociedad de factoring, por el cual la primera transfiere a la segunda créditos a cobrar originados por su actividad comercial o de servicios (ej. facturación de la pyme, cheques postdatados, pagarés, etc.), con la finalidad de obtener recursos líquidos. De este modo el financiamiento se logra a través de la compra de los créditos o documentos seleccionados por la entidad financiera, situación que difiere con el descuento de documentos, lo que hace que se trate de una modalidad de financiación muy conveniente.

Marco Legal: La cesión o venta de créditos, regulada por el Código Civil o por la Ley Cambiaria, constituyen la base normativa de este tipo de operaciones, conforme sea la forma de instrumentación del crédito negociado (contrato o documento negociable).

La ley 21.526 permite realizar operaciones de factoring a: Bancos Comerciales y a. Compañías Financieras.

Su regulación se sustenta en el Art. 1.197 del Código Civil.

La ley 24.452 (cheque de pago diferido) y la ley 24.760 (factura de crédito) regulan dos tipos de crédito idóneos para desarrollar el factoring.

b) Fideicomisos

El fideicomiso implica la transferencia de un dominio a una tercera persona solo a título de confianza (fiducia) porque se entiende que esta persona cumplirá el encargo encomendado por quien le transmite la propiedad.

Puede definirse al contrato de fideicomiso como el negocio jurídico en virtud del cual una persona llamada "fiduciante" transfiere, a título de confianza, a otra persona denominada "fiduciario" uno o más bienes (que pasan a formar el patrimonio fideicomitado) para que al vencimiento de un plazo o al cumplimiento de una condición, éste transmita la finalidad o el resultado establecido por el primero, a su favor o a favor de un tercero llamado "beneficiario o fideicomisario".

Régimen legal aplicable: Ley 24.441/94, en sus artículos 19 a 24, regula específicamente el Fideicomiso Financiero. También se integra con las normas emitidas por el Banco Central de la República Argentina como organismo de superintendencia de las entidades financiera intervinientes (en este caso el fiduciante puede ser una entidad financiera, pero el fiduciario debe ser una entidad financiera). Debe agregarse las

resoluciones que dicte la Comisión Nacional de Valores en su carácter de autoridad de aplicación conforme a la Ley 24.441.

c) Convenio de Recompra (Buy Back)

Se trata de un convenio que implica la venta de mercaderías, tecnología, equipamiento o plantas completas, por parte de una empresa (exportador principal) a un comprador, y la obligación de recompra por parte de dicho exportador principal de productos resultantes de la planta, el equipamiento o la tecnología suministrada al comprador.

d) Forfaiting

Es un término utilizado para indicar la venta de obligaciones con vencimiento futuro, originadas por exportaciones de mercaderías y servicios. Es una cesión de derechos del exportador a una compañía compradora (entidad financiera o banco). El vendedor endosa la obligación incluyendo las palabras “sin recurso”, con lo cual queda protegido contra cualquier reclamo por falta de pago.

e) Leasing

El Leasing es un préstamo que en lugar de estar representado por dinero, lo está por un bien donde el propietario transfiere el uso y goce al tomador en el momento de su entrega, y por esa transferencia el titular recibe un precio que es el canon y otorga al tomador (solicitante) una opción de compra al final de pago del canon, por un valor residual que fijan las partes como un porcentaje del costo del bien. Régimen Normativo: Ley 25248/00 (B.O. 14-07-00).

f) Warrants

Es un instrumento financiero de corto plazo. Consiste en el otorgamiento de un crédito que es garantizado con un stock de mercaderías, las cuales quedan depositadas en custodia.

La operatoria consiste en que una empresa propietaria de stocks de bienes y productos fungibles (agrícolas, ganaderos, forestales, mineros o manufacturas nacionales o importadas en plaza y con destino definitivo), pueda obtener asistencia crediticia procediendo a depositar los mismos en empresas de depósitos debidamente autorizadas para tal actividad.

Estos depositarios emiten dos tipos de documentos negociables, a saber:

- ◆ El “certificado de depósito”, que otorga a su tenedor el reconocimiento de la propiedad de los bienes depositados.
- ◆ El warrant, que representa un derecho creditorio equivalente al valor de los bienes depositados y una garantía prendaria sobre esos bienes.

Si la empresa depositante desea:

- Vender los bienes depositados: debe entregar ambos títulos (certificado de depósito y warrant).
- Obtener fondos líquidos: debe negociar únicamente el warrant mediante endoso a favor del acreedor que lo asista crediticiamente.

Es decir que ambos títulos funcionan en forma independiente uno de otro. La sola negociación del warrant, provoca la indisponibilidad de los bienes depositados, atento a que ellos quedan en garantía del crédito obtenido.

La normativa que rige la actividad de las empresas de depósito, de la emisión de warrants y de los acreedores financieros bancarios, es: Ley 9643 (1914) y su decreto reglamentario.

Autoridad de aplicación: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Comunicación B.C.R.A. "A" 2932 (09-06-99) que categoriza a los "warrants" sobre mercaderías fungibles de cotización normal y habitual en mercados locales o internacionales, como "garantías preferidas "A" siendo computables al 80% del valor de mercado de bienes.

g) Obligaciones Negociables

Las pymes registradas en la Comisión Nacional de Valores pueden obtener financiamiento de corto, mediano y largo plazo a través de la emisión de títulos valores de deuda.

Las obligaciones negociables son títulos de deuda, por lo tanto la pyme obtiene un préstamo de dinero (con pluralidad de prestamistas) a restituir lo que se traduce en su pasivo.

Las obligaciones negociables son:

Títulos emitidos en serie, representativos de un préstamo, con o sin garantía.

Otorgan un derecho de renta a su tenedor (inversor).

Pueden ser convertidos en acciones.

A su vez, las obligaciones negociables pueden ser:

Con garantía común (el patrimonio del emisor).

Con garantía especial (hipoteca).

Con garantía flotante (derechos y bienes, presentes y futuros).

A través de las obligaciones negociables, las pymes cuentan con otra alternativa de acceso al crédito, sin la intermediación de las entidades financieras, pudiendo lograr un costo menor de financiación.

Régimen legal aplicable: Ley 23.576, modificada por la Ley 23.962.

Fuente: Instituto Nacional de Tecnología Industrial

ANEXO D: MARIO BUSTOS CARRA: “LA PALABRA RENTABILIDAD YA SE PERDIÓ HACE MUCHO TIEMPO”

El Gerente de la Cámara de Comercio Exterior de Cuyo, Mario Bustos Carra, analiza la coyuntura de la exportación argentina a nivel general y la situación del sector olivícola a nivel particular.

¿Cuál es la situación al día de hoy del sector olivarero con respecto a las posibilidades reales de exportación?

Creo en este momento la olivicultura está enfrentado un momento muy complicado y digo la olivicultura porque del mismo producto salen dos variantes distintas, la aceituna de mesa y el aceite de oliva. Las dos industrias, como los productores comunes que tienen los dos, están en conflicto. Este es un problema que abarca a todo el sector y a toda la cadena productiva. Hay factores externos y factores internos. Lamentablemente, todos los factores, internos y externos, están en contra de la producción olivícola y, me arriesgo a decir, de muchas producciones agrícolas por no decir la totalidad de la producción de base agrícola de nuestra provincia.

La situación tiene sus causas internas y externas. Las externas, yendo al tema de aceite de oliva y aceituna. Los subsidios de los países de la Unión Europea, de España principalmente, que colocan sus productos en Brasil más barato que lo que tiene el productor acá en su planta. Ellos aplican una política de subsidios, dan plazos de pago, posibilitan y llevan adelante una política comercial coherente con la necesidad de ellos tienen de reemplazar la caída que se les ha producido en el mercado interno por problemas de consumo. Para graficar, la caída del consumo interno en España de aceite de oliva es equivalente a unas diez producciones anuales de toda la producción olivícola de Argentina. Esa es una causa externa.

Las causas internas: acortan los plazos para el ingreso de divisas, entorpecen las negociaciones comerciales con el exterior, tiene inconvenientes en la interpretación de las normas, tiene trabas aduaneras, se acortan los plazos de pago y tiene un dólar que no acompaña y una inflación muy elevada. Al tener un dólar prácticamente estable con una devaluación del 7% y, vamos a ser benévolos, una inflación del 25%; hay una inflación real en dólares del 18%. Lo cual es insostenible para cualquier economía del mundo. Esos son los factores internos.

¿Cuáles pesan más, los internos o los externos? Con una política comercial coherente con el exterior se puede competir. Pero si además hay atrasos en el reintegro del IVA de las exportaciones, más la altísima presión tributaria, realmente se hace la cosa muy complicada. Esto es sobre el aceite de oliva, vamos al tema de la aceituna.

El 80% de la producción de la aceituna de Mendoza se exporta. Tal vez un poco más porque el consumo interno de la aceituna es de entre el 18% y el 20%. Estados Unidos, que es el segundo mercado más importante, se está perdiendo porque el dólar que tenemos no compensa. Entonces para mantener la ganancia tiene que elevar el precio en dólares y, así es como entran la aceituna española, la portuguesa, la griega y la italiana. No puede seguir entrando la aceituna argentina por los precios. Y nuestro principal mercado que es Brasil no nos dejan entrar por las restricciones que Argentina le puso a los productos brasileiros. Brasil no tomó represalias, sino que tomó la normativa que es igual que la nuestra y la aplicó como nosotros se la estamos aplicando a ellos. La producción mendocina está siendo reemplazada por producción portuguesa y española porque apenas comenzó este problema fueron directamente a vender.

Hoy tenemos camiones parados con aceituna y aceite de oliva en la frontera esperando las licencias arancelarias, pero no cruza un camión de aceituna a Brasil desde el 9 de mayo. Yo quiero que las autoridades nacionales que han ideado toda esta estrategia de sustitución de importaciones me comenten cómo se hace para pagar los sueldos, los aportes, los impuestos si no hay ventas. Esas medidas desacertadas ponen en riesgo toda la actividad, desde el productor hasta si interviene un comisionista en la venta. Toda la cadena de producción está en peligro.

Pero insisto, acá no está en riesgo la rentabilidad, la palabra rentabilidad ya se perdió hace mucho con esta política equivocada. Acá está en riesgo la subsistencia del sector y de toda su cadena productiva.

¿Qué plantean como soluciones?

El gobernador y sus ministros plantearán ante las autoridades que correspondan que el conflicto se destrabe. En el tema de aceite de oliva el gobierno provincial ha sido determinante en la implementación del fideicomiso y, con el sector de aceituna, el gobernador y su equipo se comprometieron en transmitir la preocupación y trabajar junto a Cancillería, quienes son los encargados de resolver esta problemática binacional. Se tiene que destrabar la exportación de aceitunas a Brasil para lo cual Argentina deberá ceder lo que deba ceder. Porque esto no es un problema de Mendoza, es un problema de la olivicultura nacional.

Francisco Pérez puso a disposición herramientas financieras de la provincia inmediatas, que permitirían a los empresarios afrontar este desfasaje financiero hasta que

resuelva el problema entre ambos estados. Además, el gobernador ha puesto en conocimiento al sector de algunas actividades planificadas a futuro que permitirían ampliar los mercados de destino como también acciones que fomenten el consumo interno tanto de aceituna como de aceite.

A su vez, se comenzó a articular junto con las otras provincias productoras de aceituna para presentar en la Cámaras de Diputados y Senadores esta apremiante actualidad. Nosotros decimos que todos los sectores de la política, cualquiera de los poderes que sean, ejecutivo o legislativo, de las provincias olivícolas deben aunar criterios como han aunado criterios las cámaras olivícolas y marchar juntos. Porque esta situación no admite medias tintas, no se puede salvar al productor sino salva al industrial. Si no hay producción primaria no hay desaparecen las actividades. Yo he visto en San Juan olivos ya talados.

Esta situación se tiene que tomar con la gravedad que inviste sin darle mayor gravedad ni menor gravedad que la que tiene. Eso es lo que nosotros pedimos, creemos que en Mendoza estamos por buen camino. San Juan está también haciendo varios esfuerzos.

¿Se reunieron con la Cámara Olivícola de San Juan?

Nos reunimos con la Cámara Olivícola de San Juan, pero aparte de hablar de estos temas, fundamentalmente es porque estamos conversando con el gremio de los aceiteros para adecuar los salarios que ellos tienen a la situación del aceite de oliva. Porque el sindicato de los aceiteros abarca, sobre todo, a los aceiteros de la Pampa Húmeda, los costos de ellos y los volúmenes que ellos manejan son completamente diferentes: una sola empresa produce aceite de girasol en un día lo que toda la industria olivícola del país produce en una la temporada. Entonces los niveles, los números y los márgenes no tienen nada que ver, los de ellos son muy superiores a los nuestros. Con el gremio de los aceiteros tenemos muy buen diálogo y somos optimistas en llegar a un acuerdo. Y hay una situación parecida con el sector de la aceituna de conserva que tendrá que hablar con el sindicato de la alimentación porque a ellos se les pasa lo mismo.

Con respecto a las medidas de suspensión de empleados, ¿Cuál es la situación?

Creo que la situación en Catamarca y La Rioja sé que es complicada. Acá hay un productor que suspendió a toda su personal porque el problema no es solamente de Mendoza, es de todo el sector productivo de aceite de oliva como de aceituna de mesa, cada uno con sus características pero enfrentan problemas comunes. Entonces esta situación de no poder vender se está viendo obligado a suspender personal porque no tiene ventas, no sé qué solución legal podrá encontrar pero se están viendo obligados a eso.

Esto es a nivel del sector, pero a nivel general, el replanteo que se tiene que hacer es que tenemos que salir a competir. Si faltan dólares, salgamos a buscarlos mediante las exportaciones. Entonces lo que tiene que haber es estímulo, que no se acorten los plazos de divisas, sino que se den facilidades para que ingresen divisas y, si hay algún motivo especial para adoptar esta estrategia y supiéramos el por qué, podríamos buscar una alternativa o propondríamos buscar algún paliativo para que nos permita subsistir hasta que volvamos a la normalidad, a los plazos que los usos y costumbres comerciales le dan a los productos de la olivicultura o de la agroindustria en general. Pero no lo sabemos.

Dejemos de impedir las cosas, facilitemos las cosas. Debe haber una respuesta rápida del gobierno. Escuché una emisora oficial que habían crecido las exportaciones el año pasado, pero este año ¿cómo vamos? confío en que la olivicultura argentina necesariamente tiene que salir a flote, confío en el empresario y productor olivícola que va a continuar con esta actividad.

Fuente: PortalOlivicola.com

Por Romina Barboza

romina@dinamoestudio.com

Mendoza, Argentina.

June 11, 2012

Declaración Jurada Resolución 212/99 – CD

“Los autores de este trabajo declaran que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no hayan dado a conocer en las referencias, que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgrede o afecta derechos de terceros”.

San Rafael, Mendoza, 2013.



Liria, Hernán Franco
Nº de Registro: 25.993



Segreti, Fabio Gabriel
Nº de Registro: 24.138