



Universidad
Nacional
Villa María

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Inserción del aceite de oliva, de Fincas de Cruz del Eje en el mercado estadounidense, proyectado para el próximo año

Año
2025

Autora
Sofo, Catalina

Director de tesis
Bellorini, José Ignacio

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

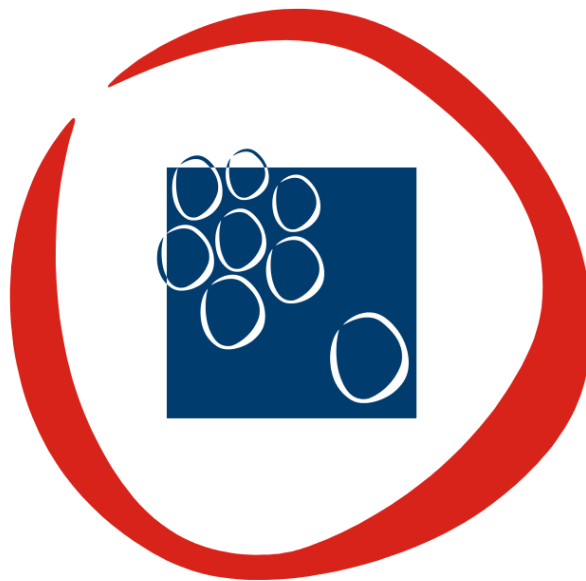
CITA SUGERIDA

Sofo, C. (2025). *Inserción del aceite de oliva, de Fincas de Cruz del Eje en el mercado estadounidense, proyectado para el próximo año*. [Trabajo final de grado, Universidad Nacional Villa María]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Villa María. http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=48446



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

**Inserción del Aceite de Oliva, de Fincas de Cruz del Eje en
el Mercado Estadounidense, proyectado para el próximo
año**



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
VILLA MARIA**

Autor: Catalina Sofo

DNI: 42.387.864

Legajo: 46923

Director: José Ignacio Bellorini

Licenciatura en Comercio Internacional

Trabajo Final

ÍNDICE

FUNDAMENTACIÓN	6
OBJETIVOS	7
Objetivo General:	7
Objetivos Específicos:	7
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	7
Internacionalización y exportación de Empresas	8
Herramientas para Evaluar la Capacidad Exportadora	8
Competitividad Internacional	9
Análisis de Macroentorno: Argentina y Estados Unidos	9
Código Arancelario / HS Code (Harmonized System Code)	10
Carga impositiva	12
Cobro de las divisas	14
Tipo de cambio	15
Documentación de exportación y certificaciones necesarias	16
Documentación común a toda exportación	16
Documentación y certificaciones específicas para aceite de oliva	17
Organismos relevantes en el proceso exportador (Argentina y Estados Unidos)	19
Logística internacional	19
Embalaje y envasado	
Búsqueda de compradores internacionales.	20
Seguimiento post-exportación	21
Aceite de oliva	21
Tipos de aceite de oliva:	21
Proceso de producción del aceite de oliva virgen extra	22
El Mercado internacional de Aceite de Oliva	23
Evaluación del mercado de oliva a nivel internacional: Precios; Calidad; Competencia	26
Breve historia del Aceite de oliva en Argentina	26
METODOLOGÍA	27
Fuentes primarias	27
Fuentes secundarias	28
Herramientas utilizadas	28
DESARROLLO Y ANÁLISIS DE DATOS	29
CAPÍTULO 1: DETERMINAR LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE “FINCAS DE CRUZ DEL EJE”	29
Introducción:	29
Análisis interno: FODA	30
Fortalezas:	30
Oportunidades:	32
Debilidades:	52
Amenazas:	55
Matriz ICE (Índice de capacidad exportadora de la empresa) .	60
- Capacidad empresarial:.	60
- Capacidad productiva:	61

- Capacidad comercial:.	61
- Capacidad logística:.	62
- Capacidad de gestión de la información:	63
Conclusión - Matriz ICE:	63
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DEL MACROENTORNO DE ARGENTINA Y ESTADOS UNIDOS	63
PESTEL:	64
Aspecto político:	64
Conclusión - Dimensión Política: .	68
Aspecto económico:	70
Aspecto social:	75
Aspecto tecnológico:	77
Ecológico:	79
Legal: .	80
CAPÍTULO 3: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL PRODUCTO	82
Microentorno / Análisis de la industria	83
5 Fuerzas de Porter	83
1. Negociación con “proveedores directos e indirectos”:	83
2. Rivalidad de competidores existentes:	84
3. Amenaza de Nuevos Entrantes:	84
4. Poder de Negociación de los Clientes:	85
5. Amenaza de Productos Sustitutos:	86
CAPÍTULO 4: PLAN DE EXPORTACIÓN	87
Modelo de Leeman J. (2021): Estrategia efectiva de exportación:	88
FASE 2: Análisis - Export Audit (Auditoría Exportadora)	88
4. Selección de mercado objetivo y diagnóstico situacional del producto en el país:	92
5. Identificación de potenciales clientes:	93
6. Análisis de precios y estructura de costos:	93
7. Planificación logística y operativa:	94
8. Implementación del plan de exportación	95
1. Ajustes finales de producción y calidad	95
2. Establecer los costos de producción y exportación, para luego establecer el precio internacional.	95
3. Gestión documental y legal - Anexo V	95
4. Búsqueda de clientes, envío de muestras y negociación	96
5. Negociación y firma de contratos con clientes internacionales	96
6. Selección y contratación del agente de carga (freight forwarder)	96
7. Negociación y firma de contratos con clientes internacionales	96
8. Ejecución de la exportación	97
9. Seguimiento post-venta y control	97
10. Feedback y mejora continua	97
Para la retroalimentación de la empresa, son clave los KPIs (Key Performance Indicators):	97
1. KPI de planificación y preparación:	97
Cronograma de actividades para llevar a cabo la exportación - “Fincas de Cruz del Eje”	98
Conclusión:	100

Bibliografía:	100
ANEXOS	108
Anexo I	108
Anexo II:	112
Anexo III:	
FDA	114
Anexo IV: Presupuesto	115
Primera etapa	116
Segunda etapa	117

FUNDAMENTACIÓN

Este trabajo se realiza con el objetivo de investigar y guiar el proceso de exportación para la empresa “Fincas de Cruz del Eje”, una pyme familiar ubicada en el norte de la provincia de Córdoba, Argentina, que actualmente opera en el mercado local y busca expandirse a nivel internacional. La elección de esta empresa se debe a su potencial competitivo, respaldado por la calidad de su aceite de oliva, su compromiso con prácticas sustentables y un crecimiento sostenido en el mercado interno.

Se seleccionó a Estados Unidos como destino de exportación debido a su alta demanda de aceite de oliva de calidad, lo que representa una oportunidad concreta de inserción para productos argentinos en un mercado exigente, rentable y en constante expansión. Este contexto ofrece condiciones favorables para el desarrollo de una estrategia comercial sostenible y adaptada a los estándares internacionales.

Fincas de Cruz del Eje elabora su producto a partir de plantaciones propias y de productores vecinos, garantizando un proceso cuidado, libre de agroquímicos y apoyado en tecnología de última generación. Su calidad ha sido reconocida con premios internacionales, como los otorgados por la Asociación de Profesionales de la Salud y Alimentos (APSAL). Además del aceite, comercializa productos complementarios como aceitunas de mesa, pasta de aceitunas y miel, lo que amplía sus posibilidades comerciales.

Este caso permite diseñar un modelo de internacionalización aplicable a otras pymes del sector agroindustrial, contribuyendo a fortalecer la presencia de productos argentinos en el exterior. Asimismo, el proyecto busca generar un impacto positivo en la economía regional, promoviendo el desarrollo local, el empleo y la diversificación productiva.

En resumen, este trabajo responde a la necesidad de brindar herramientas concretas para facilitar el acceso de pequeños y medianos productores al comercio internacional, posicionando al aceite de oliva como un embajador de la calidad, tradición e innovación argentina.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Analizar la factibilidad de Exportación del Aceite de Oliva, de Fincas de Cruz del Eje, en el mercado de Estados Unidos para el próximo año.

Objetivos Específicos:

- i. Determinar la capacidad exportadora de “Fincas de Cruz del Eje”
- ii. Analizar el macroentorno de Argentina y Estados Unidos
- ii. Realizar un diagnóstico situacional
- iii. Formular un plan de Exportación.

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

El marco teórico referencial tiene como objetivo establecer las bases conceptuales necesarias para comprender la viabilidad de la exportación de aceite de oliva de Fincas de Cruz del Eje al mercado de Estados Unidos. A través de diversas teorías, herramientas y definiciones, se busca contextualizar la industria del aceite de oliva en un entorno global, las dinámicas del mercado estadounidense, el contexto actual del país de origen, y los factores que afectan la capacidad exportadora de la empresa.

Internacionalización y exportación de Empresas

La exportación se refiere al proceso de venta de bienes y servicios de un país a otro. Este proceso se enmarca dentro de un proceso más amplio conocido como internacionalización. Es importante destacar la importancia, las empresas tienden a internacionalizarse de manera gradual, comenzando con exportaciones limitadas y evolucionando hacia una presencia más significativa en mercados internacionales. (Johanson & Vahlne, 1977, *The Internationalization Process of the Firm*, JIBS, Londres: Palgrave, pp. 23–32)

Las empresas establecen relaciones con actores claves en mercados internacionales, creando alianzas estratégicas. (Håkansson & Snehota, 2006, *No Business is an Island*, Scand. J. of Management, Ámsterdam: Elsevier, pp. 256–270)

Herramientas para Evaluar la Capacidad Exportadora

Para evaluar la capacidad exportadora de una empresa, se utilizan herramientas como el análisis FODA y la Matriz ICE (Índice de Capacidad de Exportación), esta última utilizada en el diagnóstico situacional. El análisis FODA permite identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa en el contexto de la internacionalización. Las fortalezas de la empresa incluyen su calidad de producción y experiencia en el mercado local, mientras que las debilidades pueden estar relacionadas con la falta de experiencia en el mercado internacional, la escasez de certificaciones exigidas por el país destino, entre otras.

Por otro lado, la Matriz ICE es una herramienta estratégica que permite evaluar la capacidad productiva, financiera y estratégica de la empresa para enfrentar los desafíos de la exportación. Esta herramienta ayudará a la empresa a identificar sus áreas de mejora y revisar aquellas que presenten alguna deficiencia. (Calof y Beamish, 1995, "Adapting to foreign markets: Explaining internationalization", *Journal of Global Marketing*, Nueva York: Routledge, pp. 15-38)

Competitividad Internacional

La competitividad internacional es un concepto clave que influye directamente en la capacidad de exportación de una empresa y otros factores claves. Michael Porter (1990), en su teoría sobre las ventajas competitivas nacionales, sostiene que el éxito competitivo de un país en determinadas industrias no depende solo de factores tradicionales como los recursos naturales o la mano de obra barata, sino de una combinación dinámica de factores que estimulan la innovación y la mejora constante. En el caso del aceite de oliva, la empresa deberá posicionarse en el mercado de EE.UU. Como proveedor de aceite de oliva extra virgen de alta calidad, aprovechando las características únicas de su producción. (*Porter, 1990, The Competitive Advantage of Nations, Nueva York: Free Press, pp. 73–90*)

Análisis de Macroentorno: Argentina y Estados Unidos

El análisis de mercados internacionales es fundamental para evaluar la viabilidad de exportar a un país específico. En este contexto, el análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal) proporciona un marco integral para estudiar los factores que afectan el comercio entre dos países, evaluando tanto al país de origen, Argentina, como al de destino, Estados Unidos.

Si bien Argentina cuenta con una excelente calidad de aceite de oliva, los factores económicos y políticos suelen representar una barrera comercial. No obstante, la reciente eliminación de restricciones cambiarias y la adopción de nuevas medidas económicas han generado un entorno más liberalizado para las exportaciones.

Por su parte, Estados Unidos presenta un enfoque proteccionista, con la implementación de aranceles generalizados y medidas no arancelarias en el último período. Estas políticas han generado tensiones con sus socios comerciales y han tenido repercusiones en su economía nacional, como la desaceleración del crecimiento y el aumento de la inflación. En este sentido, resulta fundamental adaptarse al entorno cambiante, considerando las nuevas barreras y diseñando estrategias inteligentes para mitigar su impacto en las operaciones comerciales.

A pesar de los desafíos y las trabas impuestas por Estados Unidos al comercio internacional, cabe destacar que los acuerdos y negociaciones bilaterales con Argentina se han modificado en los últimos años, dando lugar a reformas recíprocas. En marzo de 2025, por ejemplo, Argentina exportó alrededor de 596 millones de dólares a Estados Unidos, lo que representó un aumento del 35,9 % respecto al mismo mes del año anterior.

El análisis PESTEL también contempla aspectos tecnológicos, ecológicos y legales. En cuanto al eje tecnológico, Argentina ha logrado avances significativos en tecnologías aplicadas a la producción agroindustrial, especialmente en trazabilidad y certificaciones. Por su parte, Estados Unidos exige altos estándares tecnológicos, con requisitos estrictos en materia de trazabilidad, seguridad alimentaria (FDA, FSMA) y uso de plataformas digitales para el desarrollo del comercio exterior.

Los distintos aspectos del análisis PESTEL serán desarrollados en profundidad en las secciones correspondientes del trabajo. (Cavusgil, Knight y Riesenberger, 2014, *International Business: The New Realities*, Boston: Pearson, pp. 134–150).

Código Arancelario / HS Code (Harmonized System Code)

A la hora de comercializar en el mercado externo, es importante tener en consideración el **HS Code (Harmonized System Code)**, una herramienta indispensable para exportadores, importadores y autoridades aduaneras, ya que asegura un comercio más transparente y eficiente a nivel global.

El Sistema Armonizado es administrado por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y se actualiza cada cinco años. Sirve como base para el sistema de importación y exportación utilizado globalmente por casi todos los países. El Sistema Armonizado asigna códigos específicos de seis dígitos para distintas clasificaciones y productos. Los países pueden agregar códigos más largos a los primeros seis dígitos para una clasificación adicional (Administrations, s.f.).

La Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM) es lo mismo que el código arancelario, solo que cuenta con ocho dígitos a diferencia del Hs Code, que son solo los seis dígitos. Este sistema permite

individualizar y clasificar a las mercaderías comercializadas entre los Estados Parte del MERCOSUR y entre estos y el resto del mundo (MERCOSUR., 2020).

Su principal función es identificar de manera estandarizada los bienes que se comercializan internacionalmente. Entre las principales funciones, se destacan: La clasificación de mercancías; Cálculo de aranceles e impuestos; Cumplimiento de regulaciones; Recolección de datos comerciales.

(Organización Mundial de Aduanas, s.f., *Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías*, Bruselas: OMA; MERCOSUR, 2020, *Nomenclatura Común del MERCOSUR*, Montevideo: MERCOSUR, pp. 45–60)

Aceite de oliva virgen extra - HS Code: 1509.20.00

Posición arancelaria	Descripción
✓ 15	GRASAS Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO; GRASAS ALIMENTICIAS ELABORADAS; CERAS DE ORIGEN ANIMAL O VEGETAL
✓ 15.09	ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE.
> 1509.20.00	-Aceite de oliva virgen extra

Código que corresponde a: Aceite de oliva virgen extra.

Sabiendo el HS Code, se va a poder determinar la carga impositiva para la exportación del producto.

Incluyendo:

- Derecho de exportación; Reintegros Extrazona; Aranceles aduaneros; Entre otros.

GRASAS Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO; GRASAS ALIMENTICIAS ELABORADAS; CERAS DE ORIGEN ANIMAL O VEGETAL ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE.									
Posición Arancelaria SIM	Descripción	Unidad Estadística	Unidad de Derecho Específico	Derechos Exportación	Reintegros Extrazona	Derechos Importación Extrazona	Reintegros Intrazona	Derechos Importación Intrazona	Derechos Importación Específico Mínimo
15.09..	ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE.			%	%	%	%	%	
1509.20.00..	-Aceite de oliva virgen extra			%	%	%	%	%	

Según la VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior), la posición arancelaria correspondiente es la siguiente:

Posición arancelaria	Descripción
∨ 15	GRASAS Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO; GRASAS ALIMENTICIAS ELABORADAS; CERAS DE ORIGEN ANIMAL O VEGETAL
∨ 15.09	ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE.
> 1509.20.00	-Aceite de oliva virgen extra

Carga impositiva

En el contexto de la tributación internacional, cada país establece sistemas fiscales propios que impactan directamente las transacciones comerciales y las decisiones de inversión. Estos sistemas determinan no solo el costo fiscal de operar internacionalmente, sino también las condiciones de competitividad de los productos exportables.

Argentina posee un sistema tributario complejo, compuesto por impuestos nacionales, provinciales y municipales. Entre los más relevantes para el comercio exterior se encuentran el Impuesto al Valor Agregado (IVA), derechos de exportación (retenciones) y percepciones aduaneras. Con la asunción del presidente Javier Milei, se han implementado medidas orientadas a reducir la carga fiscal, simplificar tributos y fomentar las exportaciones, aunque persisten desafíos vinculados a la volatilidad cambiaria y la ausencia de incentivos estructurales consistentes. La reciente implementación de un régimen de banda cambiaria ha contribuido a moderar las fluctuaciones, pero las políticas macroeconómicas aún generan incertidumbre para los actores del comercio internacional.

Estados Unidos, en cambio, presenta un sistema tributario más estable y previsible, enfocado principalmente en los impuestos sobre la renta y las ganancias de capital. El país promueve la competitividad global de sus empresas mediante incentivos fiscales a la exportación, un entorno legal más simplificado y, en muchos casos, tratados bilaterales que evitan la doble imposición. A pesar de ciertas medidas proteccionistas adoptadas en los últimos años, su política fiscal sigue favoreciendo el desarrollo de operaciones internacionales.

Si bien Argentina y Estados Unidos no cuentan con un acuerdo de doble imposición, existen actualmente acuerdos específicos que abordan situaciones particulares, beneficiando a ambos países. Pudiendo generar disminución de costos para las empresas involucradas en transacciones bilaterales. Esta ausencia de marco bilateral tributario puede convertirse en una barrera adicional para el flujo de bienes y servicios.

En resumen, las diferencias estructurales en la carga impositiva y en las políticas fiscales de ambos países, influyen directamente en la competitividad de los productos exportables, la planificación financiera de las operaciones y la toma de decisiones estratégicas por parte de los exportadores. (Bird & Zolt, 2014, *Taxation and Development: The Weakest Link?*, Nueva York: Routledge, pp. 112–130; KPMG, 2024, *Guía Fiscal Internacional: Argentina y Estados Unidos*, Nueva York: KPMG, pp. 45–60)

Cobro de las divisas

En el contexto de las exportaciones, el cobro por parte del exportador puede realizarse mediante diferentes modalidades, cada una con sus ventajas, riesgos y niveles de seguridad. En Argentina, este aspecto adquiere una relevancia particular debido a la volatilidad cambiaria y a las restricciones financieras que atraviesa el país.

Las formas de cobro más utilizadas son el pago anticipado (total o parcial); Carta de crédito y la cobranza documentaria.

El pago anticipado es el más seguro para el exportador, ya que el comprador transfiere los fondos antes de que se despache la mercadería. Sin embargo, suele ser menos aceptado por compradores nuevos.

La carta de crédito ofrece una garantía de cobro siempre que se cumplan las condiciones pactadas, ya que un banco actúa como intermediario. Si bien brinda seguridad, implica mayores costos operativos.

La cobranza documentaria, en cambio, consiste en el envío de documentos (como la factura comercial y el conocimiento de embarque) a través de entidades bancarias, que solo se entregan al

comprador tras el pago o la aceptación de una letra de cambio. Aunque su costo es más bajo que el de una carta de crédito, no ofrece garantías firmes de cobro, lo que aumenta el riesgo para el exportador.

Estas herramientas permiten a los exportadores tomar decisiones más informadas y seguras en cuanto al cobro de sus operaciones internacionales, aspecto clave para preservar la rentabilidad y la sostenibilidad del negocio exportador.

Tipo de cambio

El tipo de cambio es un factor determinante en la dinámica del comercio internacional, especialmente en economías con alta volatilidad cambiaria como la argentina. En los últimos años, el peso argentino ha experimentado constantes devaluaciones, lo que ha generado efectos mixtos para los exportadores. Por un lado, una moneda local más débil puede aumentar la competitividad externa al abaratar los productos nacionales en los mercados internacionales. Por otro lado, las restricciones cambiarias y la inestabilidad macroeconómica han dificultado la planificación financiera, la repatriación de divisas y la sostenibilidad de las operaciones de exportación.

Frente a este contexto, es común que los exportadores argentinos facturen sus operaciones en monedas extranjeras (como el dólar o el euro) y adopten estrategias de cobertura para minimizar los riesgos derivados de la devaluación. Hasta fines de año 2023, el país operaba bajo un estricto régimen de control de cambios (cepo cambiario), que limitaba el acceso al mercado de divisas y generaba una amplia brecha entre el tipo de cambio oficial y el informal.

Con la asunción del presidente Javier Milei, se implementaron reformas orientadas a la liberalización del mercado cambiario. La eliminación del cepo y la unificación del tipo de cambio dentro de una banda flotante (entre 1000 y 1400 ARS/USD) redujeron la brecha cambiaria y promovieron una mayor transparencia. Esto ha tenido un impacto directo en el sector exportador, que ahora opera con un tipo de cambio más realista, lo cual mejora la competitividad y facilita los pagos internacionales.

Estas transformaciones generan un entorno más favorable para el comercio exterior argentino, al aportar mayor previsibilidad y acceso a divisas para las empresas exportadoras. No obstante, persisten desafíos relacionados con la gestión del riesgo cambiario, la inflación local y la necesidad de marcos regulatorios estables para sostener estas mejoras en el largo plazo. (The Economist Intelligence Unit & Perfil, 2024, *Informe sobre comercio exterior y tipo de cambio en Argentina*, Londres/Buenos Aires: The Economist/Perfil, pp. 12–25).

Documentación de exportación y certificaciones necesarias

La documentación en una operación de exportación cumple una función esencial: asegurar la legalidad del proceso, facilitar los controles aduaneros y garantizar el cumplimiento de las normativas comerciales tanto en el país de origen como en el de destino. Estos requisitos varían según el tipo de producto, el destino y los acuerdos bilaterales vigentes, pero existen ciertos documentos que son comunes en casi todas las operaciones internacionales. En el caso específico del aceite de oliva, se suman exigencias adicionales relacionadas con la seguridad alimentaria y los estándares de calidad.

Documentación común a toda exportación

Factura comercial: Documento principal de la operación, detalla la transacción entre exportador e importador. Incluye la descripción del producto, cantidad, precio, condiciones de pago, términos de entrega (Incoterm), y demás datos relevantes.

Lista de empaque (Packing List): Complementa la factura comercial, detallando el contenido, peso, dimensiones y forma de embalaje de cada unidad. Facilita las inspecciones aduaneras y la logística de carga.

Certificado de origen: Permite acreditar el país de fabricación o producción del bien exportado. Es fundamental para aplicar beneficios arancelarios en acuerdos comerciales internacionales. En Argentina puede ser emitido por la Cámara Argentina de Comercio, la Unión Industrial Argentina, o el Ministerio de Relaciones Exteriores.

Conocimiento de embarque (Bill of Lading): Emitido por la empresa transportista, es prueba de que la mercadería ha sido recibida para su transporte. También cumple la función de título de propiedad sobre la carga. Varía según el modo de transporte:

- Marítimo: Bill of Lading (B/L)
- Aéreo: Air Waybill (AWB)
- Terrestre: Conocimiento de embarque terrestre (CMR)

Declaración aduanera: Documento electrónico presentado ante la Dirección General de Aduanas (DGA), que contiene información sobre el valor, origen y naturaleza del producto exportado.

Documentación y certificaciones específicas para aceite de oliva

El aceite de oliva, al tratarse de un producto alimenticio, está sujeto a regulaciones sanitarias y de calidad más estrictas que otros bienes. Por este motivo, además de los documentos estándar mencionados anteriormente, cada país, tanto el de origen como el de destino, exigen distintas certificaciones, entre ellas:

Certificado sanitario o fitosanitario: Para que un productor quiera exportar productos o subproductos de origen vegetal, se debe solicitar "Certificado Fitosanitario de exportación" al Senasa (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria de Argentina), que acredite que el producto está libre de plagas, contaminantes o sustancias nocivas, destinado a dar cumplimiento a requisitos fitosanitarios del país importador. En Argentina, este documento es emitido por el SENASA, avalando que el envío no constituye una vía potencial de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias y plagas no cuarentenarias reglamentadas. Este documento debe contener información suficiente para describir el envío que ampara y declarar el cumplimiento de los requisitos dispuestos por el país de destino.

Certificados de calidad y composición química: Emitidos por organismos como el INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial) o laboratorios certificados, pueden incluir análisis sobre acidez, peróxidos, y otros parámetros físico-químicos exigidos por los países de destino. Garantiza que un producto o material cumple con ciertos estándares de calidad y especificaciones químicas. En el

mismo suele detallarse: Composición química, propiedades físicas, datos de análisis, identificación del producto.

Habilitaciones y registros ante organismos del país importador: En el caso de Estados Unidos, por ejemplo, es necesario registrarse ante la Food and Drug Administration (FDA) y cumplir con regulaciones del USDA (United States Department of Agriculture). Para envíos a California, puede requerirse además cumplir con normativas de la Olive Oil Commission of California (OCCC).

Cualquier empresa que desee exportar alimentos a EEUU, debe asegurarse que los productos estén registrados y cumplan con las normativas de la FDA. Esta certificación confirma que los productos son seguros para el consumo y uso del público estadounidense.

Certificaciones orgánicas y ecológicas: Estas certificaciones que avalan prácticas responsables y sostenibles. El Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) emite certificaciones orgánicas que corroboran que los productos agrícolas y alimenticios se producen siguiendo estrictos estándares orgánicos. Contar con este tipo de certificaciones no sólo habilita la entrada de los productos al mercado sino que facilita su penetración en segmentos de mercado competitivos y especializados, como el caso del aceite de oliva.

El proceso de certificación para exportadores es un paso crítico para cualquier negocio que busque expandir sus horizontes comerciales más allá de las fronteras nacionales. Asegurarse de que los productos cumplen con estándares y regulaciones internacionales es fundamental para evitar complicaciones legales y garantizar la aceptación de mercados extranjeros. Es imprescindible poder adaptarse a estándares internacionales aplicables al producto destinado a la exportación, crucial en el establecimiento de la confianza y el reconocimiento en los mercados internacionales. (*Portal de Certificación Fitosanitaria de Exportación, 2024; INTI, 2024; U.S. Food and Drug Administration, 2024; Green Light Business Importaciones, 2024*)

Organismos relevantes en el proceso exportador (Argentina y Estados Unidos)

Algunos de los organismos relevantes para la realización de certificados, son el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca; Dirección General de Aduanas (DGA); Cámara Argentina de Comercio; INTI; SENASA; FDA (EE.UU.); USDA (EE.UU.); OOCC (California).

Se definen a continuación conceptos claves que forman parte del proceso y de la gestión de la exportación

Dentro del proceso de exportación, es fundamental comprender ciertos conceptos que intervienen tanto en la gestión operativa como en la estrategia comercial. A continuación, se presentan definiciones relevantes para contextualizar el caso de estudio.

Logística internacional

Hace referencia a la planificación, gestión y control del flujo físico de bienes desde el país de origen hasta el de destino. En el caso de la exportación de aceite de oliva, la logística internacional incluye la coordinación del transporte, el almacenamiento y la distribución de la mercancía hacia Estados Unidos, garantizando que llegue en tiempo y forma, en condiciones óptimas y cumpliendo con las normativas sanitarias y comerciales del país importador.

Embalaje y envasado

El embalaje es un componente esencial para proteger el producto durante el transporte y almacenamiento. Debe adaptarse a las características del producto, ofreciendo resistencia a impactos, humedad, y cambios de temperatura.

En el caso del aceite de oliva, el envasado, debe preservar su calidad protegiéndolo de factores como la luz, el oxígeno y el calor. Para ello, se emplean envases de vidrio oscuro, PET con protección UV o flexitanks para grandes volúmenes. Asimismo, el embalaje debe cumplir con las normativas internacionales y las regulaciones específicas de seguridad alimentaria del mercado destino. El etiquetado también cumple una función fundamental: Debe ofrecer información clara sobre el contenido, el origen, la fecha de vencimiento y las certificaciones, respetando los requisitos legales

del país importador. Un embalaje adecuado no solo protege el producto, sino que contribuye a su posicionamiento comercial.

En el caso del país de destino seleccionado, Estados Unidos, es necesario confirmar los requerimientos del envase del producto, con el FDA, organismo que establece leyes y reglamentos estrictos que regulan el envasado y la información que debe figurar en las etiquetas de los alimentos. De esta forma se garantiza a los consumidores información vital que fomenta la transparencia y seguridad a la hora de comercializar un producto alimentario. (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2024; SENASA, 2024; INTI, 2024; FDA, 2024; Guía fundamental sobre etiquetado y envasado de alimentos, 2024)

Búsqueda de compradores internacionales

Consiste en identificar y contactar potenciales clientes en el exterior, tales como importadores, distribuidores o minoristas. Este proceso implica la investigación del producto dentro del mercado, la participación en ferias internacionales, el uso de plataformas de comercio exterior y otras acciones promocionales para dar a conocer el producto y establecer vínculos comerciales sólidos.

Negociación de condiciones de venta:

La negociación entre exportador e importador abarca aspectos clave como el precio, las cantidades, las condiciones y medios de pago (por ejemplo, carta de crédito, transferencia bancaria anticipada, pago anticipado), los plazos de entrega y los términos de compraventa internacional (Incoterms, cómo FOB, CIF, CRF, entre otros). Una negociación clara y detallada contribuye a evitar conflictos y garantiza el cumplimiento de las condiciones pactadas.

Despacho aduanero

Es el procedimiento mediante el cual se tramita la autorización legal para la salida del producto del país exportador y su ingreso al país de destino. Requiere la presentación de la documentación correspondiente ante las autoridades aduaneras (como la DGA en Argentina) y el cumplimiento de todos los requisitos legales, sanitarios y comerciales, incluyendo los certificados de origen, sanitarios,

y el cumplimiento del etiquetado exigido por el país importador. (Cámara Argentina de Comercio, 2023; Dirección General de Aduanas, 2023; ICC, 2022)

Seguimiento post-exportación

Esta etapa contempla el monitoreo del envío hasta su recepción por parte del comprador, verificando que la entrega se realice según lo acordado en cuanto a tiempos, cantidades y condiciones. También implica atender cualquier inconveniente que pudiera surgir durante el transporte o el proceso aduanero, así como fomentar la fidelización del cliente, con vistas a establecer una relación comercial duradera y sostenible. (Cámara Argentina de Comercio, 2023; Dirección General de Aduanas, 2023; ICC, 2022)

Aceite de oliva

El aceite de oliva es un aceite vegetal obtenido del fruto del olivo (*Olea europea*), conocido como aceituna. Es apreciado por su uso culinario y sus beneficios para la salud.

Tipos de aceite de oliva:

- 1. Aceite de oliva extra virgen (AOVE):** De calidad superior, se extrae directamente de aceitunas mediante procedimientos mecánicos, sin aditivos ni refinados. Presenta una acidez máxima de 0,8% y destaca por su sabor y aroma intensos.
Se obtiene solo de aceitunas frescas y sanas mediante procesos mecánicos (sin químicos ni tratamientos térmicos), lo que preserva todos sus compuestos beneficiosos, como los polifenoles y vitaminas. Además, tiene una acidez muy baja (menos del 0,8%), lo que indica una producción de alta calidad. Tiene un sabor y aroma más intensos y frescos que el aceite de oliva virgen. Esto se debe a la menor oxidación y la preservación de los compuestos naturales durante el proceso de extracción.
- 2. Aceite de oliva virgen:** También obtenido por métodos mecánicos, pero con una acidez que puede llegar hasta el 2%. Su sabor es menos intenso que el del AOVE, de calidad ligeramente inferior. Su acidez puede hacer que tenga un sabor menos intenso o incluso un

poco defectuoso, dependiendo de la aceituna utilizada. Sin embargo, sigue siendo adecuado para el consumo diario y tiene propiedades saludables, aunque no tan marcadas como el AOVE.

3. *Aceite de oliva refinado*: Proviene de aceites vírgenes que han sido sometidos a procesos de refinación para eliminar defectos, incluyendo calor y productos químicos para eliminar impurezas, resultando en un producto con acidez inferior al 0,3% pero con menor sabor y aroma.
4. *Aceite de oliva*: Es una mezcla de aceite de oliva refinado y aceite de oliva virgen o virgen extra, con una acidez que no supera el 1%.

Proceso de producción del aceite de oliva virgen extra

1. *Recolección*: Las aceitunas se cosechan en su punto óptimo de maduración, generalmente en Argentina entre Marzo y Abril.
2. *Limpieza*: Se eliminan impurezas como hojas, ramas y polvo mediante sistemas de ventilación y lavado.
3. *Molturación*: Las aceitunas limpias se trituran para romper los tejidos y liberar el aceite, formando una pasta homogénea.
4. *Batido*: La pasta se bate suavemente para agrupar las gotas de aceite, facilitando su posterior extracción.
5. *Extracción*: Se separa el aceite del resto de componentes sólidos y líquidos de la pasta, utilizando métodos como la centrifugación.
6. *Filtrado*: El aceite obtenido se filtra para eliminar impurezas y obtener un producto limpio y brillante.
7. *Almacenamiento*: El aceite se conserva en depósitos de acero inoxidable, protegidos de la luz y el aire, para mantener sus propiedades hasta su envasado y distribución.

Este proceso, realizado bajo condiciones controladas, garantiza la obtención de un aceite de alta calidad, preservando sus características organolépticas y beneficios nutricionales(COI, Comisión Europea, Aceites de Oliva de España, s.f., Madrid).

El Mercado internacional de Aceite de Oliva

El aceite de oliva es un producto que ha ganado relevancia en los últimos años debido a las crecientes preocupaciones sobre la salud y el bienestar. Según el International Olive Council (2023), la demanda global de aceite de oliva ha ido en aumento, con Estados Unidos siendo uno de los principales mercados consumidores de este producto. Las características que definen la calidad del aceite de oliva, como su origen y certificaciones (orgánico, virgen extra), juegan un papel clave en la aceptación de este producto en mercados premium como el estadounidense.

Además, el comportamiento del consumidor en Estados Unidos ha mostrado una inclinación hacia productos naturales, saludables y de origen sostenible, consolidándose como el segundo consumidor de aceite de oliva del mundo, superando a Italia, clave en la dieta de los consumidores. En cuanto a cifras, el *Consejo Oleícola Internacional (COI)* estima que en la presente campaña se consumirá en todo el mundo 3,06 millones de toneladas de aceite de oliva. De ese total, un 12% (alrededor de 398.000 toneladas) corresponden a Estados Unidos, superando las 395.000 toneladas de Italia y acercándose al 15% del mercado que representa España. Sin embargo, lo más impactante es la velocidad con la que este país ha aumentado su consumo, cuadruplicando sus importaciones desde los años 90 y demostrando que el interés por este producto sigue en auge.

En las últimas décadas, el interés por una alimentación saludable ha impulsado el consumo de productos considerados beneficiosos para la salud, entre ellos el aceite de oliva. Instituciones como la Universidad de Harvard han respaldado sus propiedades saludables, promoviendo su inclusión en la dieta diaria de los estadounidenses. A pesar de que el consumo per cápita en el país sigue siendo inferior al de Europa, las proyecciones indican que seguirá en aumento en los próximos años. Sin embargo, hay un dato clave: Estados Unidos apenas produce el 1% del aceite de oliva que consume. La mayor parte proviene de importaciones, principalmente de España e Italia. Dos de las marcas más vendidas en el mercado estadounidense, Bertolli y Pompeian, pertenecen a compañías españolas, Deoleo y Dcoop respectivamente. Abriendo espacio a nuevos potenciales exportadores que cuenten con un producto de calidad y con un precio competitivo. (International Olive Council, 2023; El País, 2024)

Mientras Estados Unidos aumenta su consumo, el sector olivarero global enfrenta una realidad cambiante. Tras dos campañas complicadas por la sequía y otros factores climáticos, la producción mundial parece estabilizarse. España seguirá liderando la producción con cerca de 1,3 millones de toneladas, representando el 40% del total global. Sin embargo, hay novedades en el ranking: Turquía se consolida como el segundo mayor productor con 450.000 toneladas, desbancando a países históricamente potentes como Italia o Grecia. Túnez, Grecia e Italia completan el top cinco, aunque con cifras menores debido a las inclemencias meteorológicas.

Los principales exportadores de aceite de oliva extra virgen son España, Italia, Grecia, Túnez y Turquía, siendo España el líder indiscutido en la producción y exportación. En febrero de la campaña 2024/25, el valor unitario de las exportaciones extracomunitarias de aceite de oliva de la Unión Europea se situó en 647 €/100 kg, lo que supone una caída del -31,9 % respecto al mismo mes de la campaña anterior y del -7,5 % respecto al mes anterior. (International Olive Council, 2023, *World Olive Oil Consumption Report*, Madrid: COI).

Las transacciones comerciales entre estos actores se basan en acuerdos a largo plazo, ventas a granel y exportaciones de productos envasados. La dinámica está influenciada por factores como los precios, la calidad del producto, las políticas arancelarias y las tendencias de consumo. Los mercados internacionales dependen de la oferta disponible y la competitividad entre los productores.

En el caso del mercado español, ha experimentado dificultades debido a condiciones climáticas desfavorables y fluctuaciones en los precios, lo que ha afectado la oferta global durante las campañas 2022/2023 y 2023/2024, reduciendo la producción a 660.000 toneladas en 2023, lo que representó una disminución del 35,8% en las exportaciones españolas de aceite de oliva, generado aumentos de precios. Esto ha impulsado a otros países productores, como Túnez, a aumentar sus exportaciones, aprovechando la demanda en mercados como Estados Unidos y Japón. Esta situación ha abierto nuevas oportunidades para productores de otros países, diversificando la oferta global y generando un reajuste en los flujos comerciales internacionales.

Si bien la sequía en España ha contribuido a que otros países puedan tener un lugar en el mercado internacional, la campaña 2024/2025 muestra signos de recuperación. Las condiciones meteorológicas favorables, especialmente las lluvias recientes, han contribuido a una estimación de producción de 1.262.300 toneladas, un incremento del 48% respecto a la campaña anterior y un 4% por encima de la media de las seis últimas cosechas; Ha llevado a un aumento del 25% en las ventas de aceite de oliva en España durante el primer trimestre de la campaña 2024/2025.

Aunque la sequía ya no es el problema principal, es importante destacar que los olivares españoles enfrentan amenazas como la bacteria *Xylella fastidiosa*, conocida como el 'Covid-19 de los olivos', que puede afectar la producción futura.

En resumen, la producción de aceite de oliva en España ha mejorado significativamente en la campaña actual, lo que ha estabilizado la oferta y ha reducido las preocupaciones sobre la demanda internacional. No obstante, es importante monitorear otros desafíos que puedan afectar la producción en el futuro y cómo afecta esto a otros países que quieren encontrar un lugar en el mercado internacional. (Consejo Oleícola Internacional, 2025, *Informe sobre campaña y producción de aceite de oliva*, Madrid: COI, pp. 15-18).

Evaluación del mercado de oliva a nivel internacional: Precios; Calidad; Competencia

Como se mostró en el apartado anterior, es fundamental evaluar el panorama internacional integral, tanto los principales productores, exportadores e importadores, analizando de esta forma la competencia en el país de destino, identificando los otros países que ya exportan a ese mercado, qué tipos de aceites comercializan y cómo se posicionan en términos de precio, calidad y certificaciones. Comprender estos factores permite definir una estrategia competitiva, diferenciando el producto a través de su origen, procesos de producción, presentación y valor agregado. Además, conocer las tendencias de consumo y las preferencias del mercado objetivo ayuda a ajustar la oferta y maximizar las oportunidades de ingreso y crecimiento en el comercio internacional.

Breve historia del Aceite de oliva en Argentina

El aceite de oliva tiene una historia milenaria que se remonta a las antiguas civilizaciones del Mediterráneo, como los egipcios, griegos y romanos. Su expansión global estuvo ligada a las rutas comerciales y las migraciones, llegando a América con la colonización europea.

En Argentina, el cultivo del olivo fue introducido por los colonizadores españoles en el siglo XVI. Se estima que la primera plantación se realizó en Santiago del Estero, desde donde se extendió a otras regiones con condiciones agroecológicas favorables, como Cuyo y el Noroeste argentino. Sin embargo, el desarrollo del sector olivícola enfrentó altibajos debido a políticas restrictivas de la Corona Española, que en el siglo XVIII prohibió el cultivo de olivos en América para evitar la competencia con los aceites producidos en la península ibérica.

A pesar de estas restricciones, la producción de aceite de oliva se consolidó en el siglo XIX, con la llegada de inmigrantes europeos, principalmente italianos y españoles, quienes introdujeron nuevas variedades y técnicas de cultivo. Mendoza, San Juan, La Rioja y Catamarca se convirtieron en las principales regiones productoras, gracias a su clima árido y suelos aptos para el desarrollo del olivo.

A lo largo del siglo XX, la olivicultura argentina experimentó un crecimiento significativo, impulsado por avances tecnológicos, mejoras en los procesos de extracción y la profesionalización del sector. En las últimas décadas, Argentina se ha posicionado como un actor relevante en la producción y exportación de aceite de oliva de alta calidad, compitiendo en mercados internacionales con aceites de España, Italia y Grecia.

Actualmente, Argentina es reconocido por su producción de aceites de oliva virgen extra, destacándose por sus propiedades organolépticas y su perfil sensorial único, resultado de la adaptación de las variedades mediterráneas a los suelos y climas argentinos. (Méndez, J. (2019).

Historia del cultivo del olivo en América Latina. Buenos Aires: Editorial Agrohistorias).

METODOLOGÍA

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo con apoyos cuantitativos, de tipo exploratorio y descriptivo, con el objetivo de evaluar la viabilidad de internacionalización del aceite de oliva producido por la empresa Fincas de Cruz del Eje.

Centrándose en la empresa, desarrollando un análisis profundo del entorno económico, social, legal y comercial, que incide en su potencial exportador. Se combina el análisis documental con entrevistas directas y herramientas de diagnóstico estratégico.

Fuentes primarias

- Entrevista semiestructurada al titular de Fincas de Cruz del Eje, con preguntas orientadas a: La capacidad productiva de la empresa, visión comercial, logística, precios, certificaciones, modalidades de pago, entre otros aspectos clave del comercio internacional.

Fuentes secundarias

- Informes de organismos como INDEC, ARCA, SENASA, Ministerio de Economía, USDA, FDA, "Fincas de Cruz del Eje", Trade Map, Softrade, papers, entre otros.
- Bibliografía académica y técnica sobre comercio exterior, logística, marketing internacional y análisis sectorial del aceite de oliva, mercado Estadounidense, etc.

Herramientas utilizadas

A lo largo del trabajo se aplican diversas herramientas estratégicas que permiten orientar el desarrollo de cada capítulo. En primer lugar, se utilizó la matriz FODA para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa, complementada con la matriz ICE, que facilitó la priorización de acciones en función del impacto, la capacidad de ejecución y el esfuerzo requerido. Para el análisis del macroentorno, se aplicó la herramienta PESTEL, que permitió evaluar los factores

políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales tanto de Argentina como de Estados Unidos, brindando una visión comparativa de los contextos que afectan el proceso exportador. Luego, a fin de comprender la estructura competitiva del sector, se utilizó el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, lo cual permitió identificar las dinámicas del mercado y la posición relativa de la empresa frente a otros actores. Para la formulación del plan de exportación, se tomó como referencia el modelo de los 10 pasos de J. Leeman (2021), el cual ofrece una guía práctica para estructurar el proceso de internacionalización. Además, se incorporaron conceptos de segmentación de mercado propuestos por Smith (1956), junto con estrategias de marketing internacional basadas en los enfoques de Keegan y Schlegelmilch, con el objetivo de adaptar la oferta a los perfiles del mercado objetivo y posicionar el producto de manera eficaz en el exterior.

DESARROLLO Y ANÁLISIS DE DATOS

CAPÍTULO 1: DETERMINAR LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE “FINCAS DE CRUZ DEL EJE”

Introducción:

Este primer capítulo tiene como objetivo presentar un diagnóstico estratégico de la empresa productora de aceite de oliva, *Fincas de Cruz del Eje*, a través del modelo FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). Esta herramienta permite identificar tanto los recursos y capacidades internas de la organización, como los factores del entorno que inciden positiva o negativamente en su competitividad, especialmente en el marco de su proyección internacional.

El análisis FODA constituye una etapa clave en el diseño de un plan de exportación, ya que proporciona una visión integral del posicionamiento actual de la empresa y facilita la elaboración de estrategias alineadas con su realidad operativa, sus desafíos de contexto y sus ventajas diferenciales.

Además, con el fin de priorizar las acciones estratégicas derivadas del diagnóstico, se incorporará la matriz ICE, herramienta que permite evaluar la capacidad exportadora de la empresa, a través de la capacidad empresarial; Capacidad productiva; Capacidad comercial; Capacidad financiera; Capacidad logística; Capacidad de gestión de la información. Esta combinación metodológica busca

delinear con mayor precisión el camino hacia la inserción del producto, en este caso, aceite de oliva Argentino en el mercado estadounidense, evaluando su viabilidad comercial, sus potenciales riesgos y las condiciones que favorecen su internacionalización. (Fincas de Cruz del Eje, s.f.)

Análisis interno: FODA

Fortalezas:

- Trayectoria, posicionamiento y compromiso con la sostenibilidad:

Fincas de Cruz del Eje cuenta con una sólida trayectoria en la producción de aceite de oliva, lo que le ha permitido construir una reputación destacada en el mercado nacional. A lo largo de los años, ha experimentado un crecimiento sostenido en su capacidad productiva y ha logrado cerrar acuerdos comerciales con cadenas de supermercados de gran envergadura, como Carrefour. Estas alianzas estratégicas respaldan su capacidad operativa, cumplimiento en términos de calidad, volumen y logística, y consolidan su presencia en el mercado interno, representando a su vez un respaldo valioso para su proyección internacional.

El desarrollo de la empresa se basa en la constancia, el perfeccionamiento continuo de sus procesos y una visión orientada a la expansión. A esto se suma su compromiso con prácticas responsables: La empresa presta especial atención a mantener sus plantaciones libres de agroquímicos y colabora activamente con productores locales. Esta orientación hacia la sostenibilidad y el apoyo a la economía regional fortalece su propuesta de valor al ingresar a nuevos mercados, al tiempo que transmite compromiso ético y responsabilidad social, aspectos cada vez más valorados por los consumidores internacionales.

Estas prácticas permiten garantizar trazabilidad, consistencia en la calidad y construir una historia auténtica que conecta con tendencias de consumo actuales, como la preferencia por productos sustentables y de comercio justo. Asimismo, facilitan el acceso a certificaciones ambientales y posicionan al producto dentro de un segmento premium en mercados altamente competitivos. Cabe destacar que, hasta el momento, la única experiencia internacional de la empresa ha sido con un cliente en el mercado Brasileño. (Fincas de Cruz del Eje, 2024).

- ***Cantidad producida:***

La empresa actualmente abastece el mercado interno y cuenta con una producción aproximada de 120 toneladas anuales. Si bien esta capacidad es escasa comparada con empresas exportadoras medianas que rondan las 1000 y 10000 toneladas anuales, la misma no representa un límite fijo, y puede ajustarse en función de la demanda del cliente. Esto indica que la firma dispone del volumen necesario para iniciar operaciones de exportación y sostenerlas en el tiempo. Además que cuenta con propia planta de envasado. (Fincas de Cruz del Eje, s.f.)

Al ser Estados Unidos uno de los principales importadores mundiales de aceite de oliva, la calidad del producto, sumada a la flexibilidad productiva y la posibilidad de escalar la producción en el corto plazo, facilitan la exportación del producto al país destino, no obstante hay que considerar otros factores relevantes como el precio por botella, sumada la logística, tributos, y competencia internacional, entre otros, para hacer un análisis exhaustivo.

- ***Calidad del producto:***

Las cuatro variedades de aceitunas con las que trabaja la empresa son: Coratina, Frantoio, Arbequina y Arauco. Esta diversidad permite desarrollar aceites con perfiles organolépticos distintos, adaptables a las preferencias de diferentes mercados.

El Aceite de Fincas de Cruz del Eje obtuvo premios a nivel internacional, gracias a su textura y sabor. Y también reconocido nacionalmente, obteniendo el oro del premio APSAL, Asociación de Profesionales de Salud y Alimentos, premio que certifica la calidad del producto y su aporte a una

alimentación saludable. Este reconocimiento refuerza la imagen de marca, genera confianza en consumidores e importadores, y brinda una ventaja competitiva en mercados exigentes.

- ***Certificaciones y packing:***

Si bien la empresa aún no posee las certificaciones exigidas específicamente por la FDA, cuenta con importantes avales que respaldan la calidad e inocuidad de su aceite de oliva. Entre ellos, se destacan la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) otorgada por IRAM, el sello “Hecho en Córdoba” emitido por el gobierno provincial, y la certificación “Sin TACC”, que garantiza la aptitud del producto para personas celíacas.

En términos operativos, la empresa cuenta con una capacidad de envasado de 800 unidades por hora, lo cual permite responder con eficiencia a pedidos de diversa escala sin que el envasado represente una limitación.

Cabe destacar que, si bien se dispone de un diseño propio, la empresa mantiene una postura flexible y abierta a realizar adaptaciones de packaging según los requerimientos de cada mercado. De hecho, esta práctica ya se aplica en el mercado interno, lo que demuestra su capacidad de respuesta y orientación al cliente.

Oportunidades:

- ***Crecimiento en las exportaciones argentinas y diversificación de mercados:***

Durante el año 2024, Argentina experimentó un notable crecimiento en sus exportaciones, alcanzando un total de USD 79.721 millones, lo que representó un aumento interanual del 19,4 % respecto al año anterior. Este incremento estuvo impulsado principalmente por una fuerte recuperación en los volúmenes exportados, que crecieron un 26,7 %, compensando la caída de los precios internacionales en promedio del 5,8 %. Este desempeño permitió revertir el déficit comercial del año 2023 y alcanzar un superávit récord de USD 18.899 millones, generando un contexto económico más favorable para los sectores exportadores del país, incluido el olivícola. (Ministerio de

Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, 2024; DatamarNews, 2024; Aduana News, 2024).

Este crecimiento no se limitó a los sectores tradicionales, sino que abarcó un abanico de productos y destinos más amplio. Las manufacturas de origen agropecuario (MOA) lideraron el aumento, con un crecimiento del 37,2 %, destacándose complejos como el sojero, el maicero, el triguero y el de carne bovina. A su vez, las manufacturas de origen industrial (MOI) crecieron un 16,4 %, y los combustibles y productos energéticos un 12,1 %, reflejando una reactivación generalizada del comercio exterior argentino. También se observó una expansión en la cantidad de destinos: En 2024, Argentina exportó a 186 mercados, es decir, más que en el año anterior, reflejando un proceso de diversificación comercial que reduce la dependencia de mercados tradicionales y abre oportunidades en nuevas regiones del mundo.

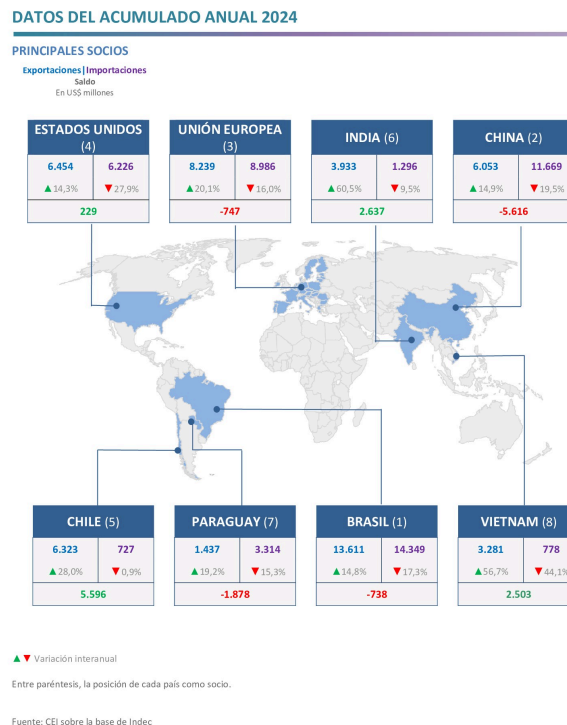
Varios factores explican este repunte exportador. En primer lugar, las condiciones climáticas mejoraron significativamente respecto al año anterior, favoreciendo especialmente al sector agropecuario, que venía golpeado por una sequía prolongada. Esta recuperación permitió un aumento considerable en la producción de materias primas y alimentos procesados. En segundo lugar, a nivel institucional y económico, el gobierno nacional implementó políticas orientadas a estimular las exportaciones, entre ellas, la reducción o eliminación de retenciones a productos no agropecuarios, así como la simplificación de procedimientos aduaneros mediante la implementación del sistema SEDI (Sistema Estadístico de Importaciones), que agiliza la operatoria de comercio exterior. Además, la normalización de variables macroeconómicas clave, como el tipo de cambio y el control de la inflación, otorgó mayor previsibilidad y competitividad a los exportadores.

Para el sector del aceite de oliva, este contexto representa una oportunidad estratégica, ya que se inserta dentro del complejo agroindustrial argentino, que gozó de un fuerte dinamismo durante el último año. La mejora en las condiciones generales para exportar, sumada a la búsqueda global de productos naturales, saludables y de origen trazable, potencia la posibilidad de posicionar el aceite de oliva argentino en nuevos mercados, especialmente en aquellos donde el consumidor valora la calidad, el origen y la sostenibilidad del producto. Asimismo, la apertura hacia nuevos destinos brinda

la posibilidad de encontrar nichos en países con menor competencia o con tendencias de consumo emergentes, lo que permite planificar una estrategia de expansión comercial más diversificada y menos vulnerable a los vaivenes de mercados tradicionales. (Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, 2025, párr. 1)

En definitiva, el crecimiento exportador argentino registrado en 2024, impulsado por mejoras productivas, condiciones macroeconómicas más estables y políticas de incentivo, constituye una oportunidad concreta para empresas del sector olivícola como Fincas de Cruz del Eje, que buscan internacionalizarse y consolidarse en mercados competitivos. (DatamarNews, 2024). (Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, 2025, párr. 1).

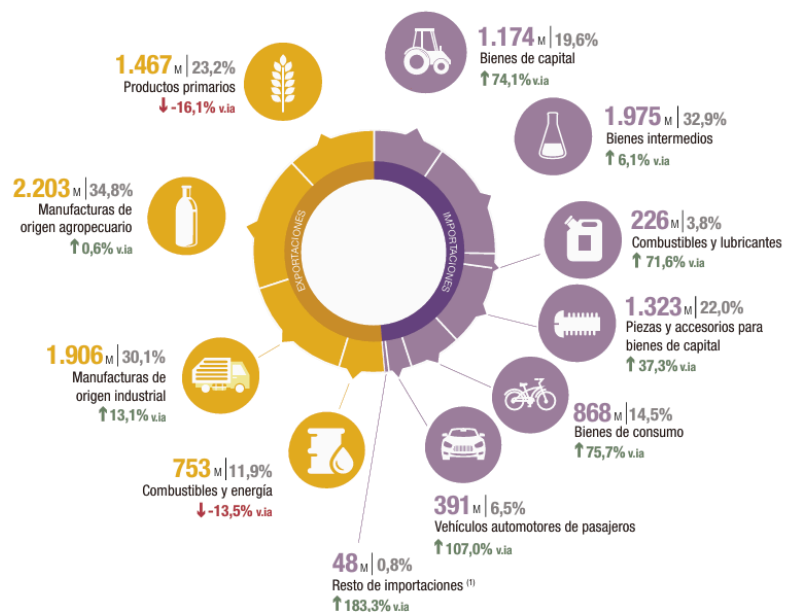
Figura 1. Principales variaciones en exportaciones e importaciones argentinas, 2024 (millones USD).



Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, Informe de comercio exterior argentino: Evolución y oportunidades, Buenos Aires, Gobierno de la Nación, 2024.

Tal como se observa en la Figura 1, durante 2024 las exportaciones argentinas mostraron una recuperación significativa, impulsada principalmente por el aumento en los volúmenes exportados de productos clave como la harina y pellets de soja (+USD 2.562 millones), el aceite crudo de soja (+USD 1.934 millones), el petróleo crudo y sus derivados (+USD 1.586 millones) y el trigo (+USD 1.323 millones). Este crecimiento se explica, en gran medida, por una mejora en las condiciones climáticas respecto al año anterior, el desarrollo de sectores estratégicos como el energético, y una demanda sostenida en mercados internacionales. En contraste, productos como el aceite de oliva virgen registraron caídas en sus exportaciones (-USD 177 millones), lo que evidencia la necesidad de fortalecer la competitividad y la inserción internacional de ciertos sectores con potencial. Esta dinámica general confirma la existencia de un contexto externo favorable que puede ser aprovechado como una oportunidad para diversificar mercados y aumentar la presencia de productos argentinos con valor agregado. (Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, Informe de comercio exterior argentino: Evolución y oportunidades, Buenos Aires, Gobierno de la Nación, 2024).

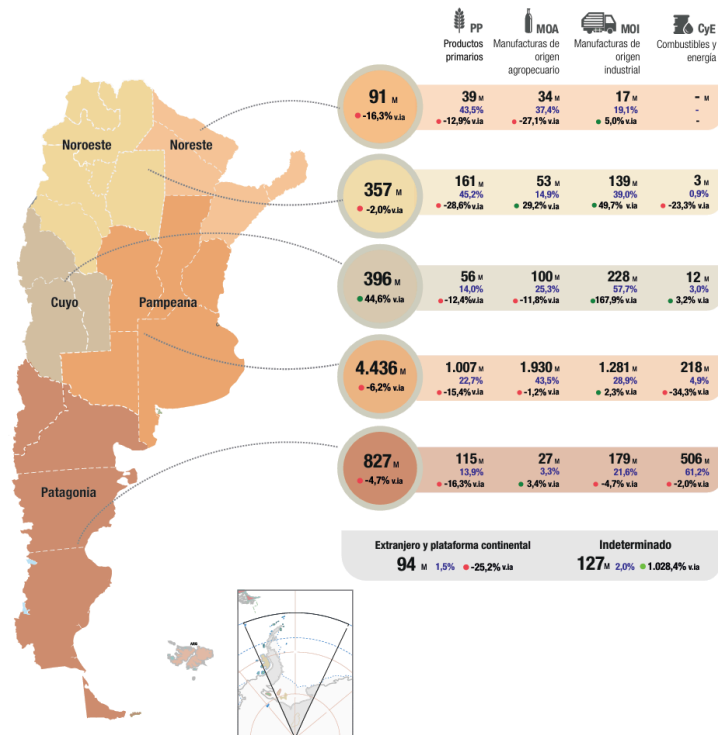
Figura 2. Muestra las exportaciones por grandes rubros e importaciones por usos económicos. En millones de USD, participación y variación porcentual.



Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, Informe mensual de comercio exterior – Marzo 2025, Buenos Aires, Gobierno de la Nación, 2024.

En Marzo 2025, las exportaciones (Color naranja) totalizaron USD 6.329 millones, lo que representó una disminución interanual de 2,5%. Este descenso fue impulsado por un aumento de 1,8% en los precios, mientras que las cantidades exportadas registraron una caída de 4,2%. Al analizar los datos desestacionalizados y en términos de tendencia-ciclo, se observó una disminución de 5,4% y 0,9% respectivamente, en comparación con el mes anterior. (Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, Informe mensual de comercio exterior – Marzo 2025, Buenos Aires, Gobierno de la Nación, 2024)

Figura 3. Exportación de bienes en distintas regiones del país.



Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, Exportaciones de bienes por regiones económicas, Buenos Aires, Gobierno de la Nación, 2025

Exportaciones de bienes por regiones económicas en millones de USD, participación porcentual.

Marzo de 2025 respecto a marzo de 2024. (Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, Exportaciones de bienes por regiones económicas, Buenos Aires, Gobierno de la Nación, 2025).

Las exportaciones se liquidan a un tipo de cambio oficial, único para la liquidación actual. En el mes de junio de 2025, Argentina alcanzó un superávit comercial de aproximadamente usd 1.000 millones, con exportaciones que totalizaron usd 7.275 millones (+10,8% Interanual). El sector agroexportador liquidó 3.706 millones USD en junio, un aumento del 87 % anual debido al impulso previo al aumento de retenciones. Haciendo que el ahorro de divisas por parte del agro empujó temporalmente el dólar mayorista al alza, aunque dentro de la banda. (Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, Exportaciones de bienes por regiones económicas, Buenos Aires, Gobierno de la Nación, 2025)

- Brecha cambiaria en Argentina:

Si bien más adelante se analizará cómo la brecha cambiaria puede representar actualmente una amenaza para las exportaciones, debido a que el peso se encuentra sobrevaluado frente al dólar, el siguiente gráfico muestra cómo los distintos tipos de cambio han ido disminuyendo y manteniéndose estables en el tiempo, lo que contribuye a generar mayor estabilidad económica, predictibilidad y confianza por parte de los inversores. (Dolarito.ar, Evolución de los tipos de cambio en Argentina, Buenos Aires, Dolarito.ar, 2025).

Figura 4. Evolución histórica de la brecha del tipo de cambio en \$.



Fuente: El Cronista, Reforma tributaria y superávit fiscal en Argentina, Buenos Aires, El Cronista, 2025.

- Política comercial y fiscal favorable para las exportaciones:

En materia fiscal, el Presidente priorizó el orden de las cuentas públicas. Con superávit, avanzó con la reducción de tributos distorsivos o que afectan la competitividad. Ahora, evalúa nuevos pasos a seguir, pero sin tanto margen como en 2024. El déficit fiscal logrado, es uno de los grandes logros del gobierno desde su llegada al poder. (El Cronista, Reforma tributaria y superávit fiscal en Argentina, Buenos Aires, El Cronista, 2025).

La administración libertaria apunta a reducir este 2025 el 90% de los tributos nacionales existentes, con una profunda reforma impositiva. Según explicó el ministro de Economía, Luis Caputo, solo mantendrían un total de seis tributos. "Argentina tiene que dejar de ser un infierno fiscal", consideró el

mandatario, que avanzará este año con una reforma para simplificar el sistema tributario. (El Cronista, Reforma tributaria y superávit fiscal en Argentina, Buenos Aires, El Cronista, 2025).

“Las retenciones están en la mira” dijo el presidente Javier Milei, pero por ahora no puede eliminarlas. (Infobae, 2025).

El mandatario mantuvo un encuentro con la Mesa de Enlace durante más de una hora, en el predio de la Rural de Palermo. Prometió a la mesa de enlace que las retenciones serán el próximo impuesto que bajará el Gobierno, aunque no precisó cuándo sucederá, en el marco de su primer encuentro a solas con la agrupación que nuclea a las principales entidades agropecuarias. Marcando su entusiasmo por las “oportunidades que se van abriendo para la Argentina” a partir de la apertura de mercados internacionales. El presidente Milei ratificó su compromiso de que las retenciones a las exportaciones están ‘en la mira’ y que será el próximo impuesto que buscará reducir. Los referentes del sector agropecuario recibieron la confirmación adicional de que la próxima rebaja de retenciones será “definitiva y no transitoria, como ha sucedido hasta ahora”.

Además de los tributos a la exportación, la agenda incluyó el análisis de la falta de rentabilidad en las economías regionales, la infraestructura nacional con especial énfasis en los caminos rurales y la problemática de la barrera patagónica, que incide en la movilidad de productos agropecuarios hacia y desde el sur del país. Los dirigentes rurales plantearon sus reclamos en materia de logística y competitividad, señalando que la deficiente infraestructura impacta de forma directa en los costos y las posibilidades de expansión del sector. (Infobae, “Milei les dijo a las entidades del campo que las retenciones ‘están en la mira’, pero por ahora no puede eliminarlas”, Buenos Aires, Infobae, 2025).

- Inserción en los mercados internacionales:

Sobre la apertura de mercados internacionales, Javier Milei expresó que el Gobierno aspira a insertar de manera más efectiva a Argentina en circuitos globales, eliminando trabas regulatorias que afectan a las exportaciones. El mandatario remarcó la importancia de que el Estado “afiance la macroeconomía” para que los productores puedan desplegar su potencial e insistió en el compromiso de trabajar en soluciones de mediano y largo plazo. “No dio fechas exactas, pero se lleva el compromiso de avanzar prontamente con lo planteado”, resumió Pino. (Infobae, 2025).

- Reducción y eliminación de retenciones para las economías regionales:

El gobierno oficializó la eliminación de las retenciones para las economías regionales y la baja de los derechos de exportación para todos los cultivos, desde junio de 2025. Se justificó la decisión dado el impacto que ocasionó, en el sector, la sequía y también la baja de precios internacionales.

El Gobierno Nacional implementó, desde este último año, políticas fiscales que favorecieron tanto al sector del aceite de oliva, como a otros, contribuyendo a su competitividad y expansión en mercados internacionales. Como se mencionó arriba, en enero de 2025, se anunció la eliminación de las retenciones para las economías regionales, incluyendo al aceite de oliva envasado, lo que representó un alivio fiscal significativo para los productores.

Caputo, ministro de economía, dio detalles sobre la medida: “Estamos bajando temporariamente las retenciones a los principales cultivos, esto es soja poroto, soja aceite y harina, trigo, cebada, sorgo, maíz y girasol”. Es necesario tomar decisiones que impulsen la producción y el comercio internacional, generando una estabilización macroeconómica. El gobierno destaca que las exportaciones agroindustriales representaron el 60% del total exportado en Argentina, durante el 2024, siendo el sector una de las principales fuentes de divisas.

Como conclusión, con la oficialización de este decreto, el Gobierno busca consolidar un entorno favorable para la generación de divisas. Se espera que la eliminación y reducción de retenciones contribuya a un incremento en las exportaciones y esto se traduzca en ingreso de dólares, algo fundamental para el plan económico. (El País, *Milei cede al reclamo de los productores y baja los impuestos a las exportaciones rurales*, Madrid, El País, 2025).

- Nuevos acuerdos comerciales entre Argentina y Estados Unidos:

Durante el gobierno de Javier Milei, se evidenció un marcado acercamiento diplomático y comercial entre Argentina y Estados Unidos, orientado a consolidar vínculos estratégicos que impulsen el comercio bilateral. En abril de 2025, el canciller argentino Guillermo Francos mantuvo reuniones clave en Washington con autoridades del Departamento de Estado y de la Oficina del Representante Comercial de EE.UU. (USTR), con el objetivo de avanzar hacia un Tratado de Libre Comercio (TLC) entre ambos países. Este proceso forma parte de una estrategia más amplia basada en el fortalecimiento del *Trade and Investment Framework Agreement* (TIFA), vigente desde 2016, cuya última reunión se celebró en junio de 2024 con foco en la facilitación del comercio, mejora de los procesos aduaneros, cooperación técnica y acceso de productos agroindustriales al mercado estadounidense. Estos avances representan una oportunidad concreta para los exportadores argentinos, especialmente en sectores de valor agregado como el aceite de oliva, al abrirse potenciales escenarios de reducción arancelaria, eliminación de barreras técnicas y fortalecimiento institucional para promover exportaciones más competitivas hacia uno de los mercados más exigentes y estratégicos del mundo. (Infobae, 2025; Reuters, 2025a; USTR, 2024) (Infobae. 2025, 16 de julio).

El 16 de julio del 2025, una comitiva encabezada por el embajador Kreckler y técnicos de la Oficina del Representante Comercial de los Estados Unidos (USTR), se reunieron para definir puntos claves para un futuro acuerdo bilateral, definiendo aranceles recíprocos sobre bienes que se comercian entre ambos países. Aún se está en espera de la respuesta definitiva por parte de Estados Unidos. En la secretaría de comercio de EEUU y en la USTR entienden la necesidad de Argentina de acordar con la administración de Trump. (Infobae, 2025; Reuters, 2025; USTR, 2024)

- Aumento del consumo de aceite de oliva:

Según datos oficiales y estimaciones de la Secretaría Ejecutiva del COI (Consejo Oleícola Internacional), el consumo mundial de aceite de oliva podría alcanzar 3.064.500 toneladas en la campaña 2024/25, lo que representa un incremento del 10,0% respecto a la campaña anterior (2023/24), periodo donde hubo un consumo aproximado de 2.780.000 toneladas, que tuvo que ver

con el descenso de la demanda global, afectada por precios elevados y escasez de oferta, como consecuencia de la sequía en España, principal productor a nivel internacional. (Consejo Oleícola Internacional. Marzo de 2025).

Figura 5. Consumo de aceite de oliva por país, en miles de toneladas, en distintos países y regiones.

	Consumption (×1000t)							%variation rates
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024(p.)	Average	2024/2025(e.)	
1 EU, of which:	1 520	1 477	1 549	1 226	1 243	1 403	1 326	↑ 7%
2 SPAIN	519	541	580	363	402	481	460	↑ 14%
3 ITALY	408	422	457	434	412	426	395	↓ -4%
4 FRANCE	130	140	142	118	100	126	112	↑ 11%
5 GREECE	114	109	106	96	90	103	110	↑ 22%
6 PORTUGAL	72	62	59	39	61	59	72	↑ 19%
9 Other IOC countries, of which:	688	598	684	702	682	671	730	↑ 7%
10 MOROCCO	140	140	170	150	140	148	140	↑ 0%
11 TÜRKIYE	170	150	170	165	165	164	200	↑ 21%
12 ALGERIA	115	80	95	75	92	91	90	↓ -1%
13 EGYPT	43	42	45	54	46	46	41	↓ -11%
14 SAUDI ARABIA	42	33	36	66	66	49	70	↑ 5%
15 TUNISIA	38	30	30	30	28	31	30	↑ 7%
16 ISRAEL	28	25	24	31	33	28	34	↑ 2%
17 JORDAN	34	21	20	22	21	24	24	↑ 12%
18 Non-IOC producers, of which:	627	649	622	541	511	590	582	↑ 14%
19 USA	402	389	412	374	368	389	398	↑ 8%
21 CHINA	58	53	58	44	27	48	53	↑ 96%
22 AUSTRALIA	42	56	50	41	44	47	52	↑ 16%
23 Non producers or with low production, of which:	434	452	474	386	344	418	426	↑ 24%
24 BRAZIL	104	106	104	91	79	97	95	↑ 20%
25 JAPAN	70	59	62	52	45	58	58	↑ 29%
26 CANADA	58	58	54	48	50	53	54	↑ 9%
27 TOTAL	3 269	3 176	3 329	2 855	2 780	3 082	3 064	↑ 10%

Fuente: International Olive Council, *Informe sobre consumo mundial de aceite de oliva 2019/2025*, Madrid, International Olive Council, 2025.

Se puede observar, el consumo de aceite de oliva, en miles de toneladas, en distintos países y regiones, abarcando desde la campaña 2019/2020 hasta la estimación para 2024/2025. Los países

se agrupan en 4 categorías: Unión Europea (UE); Otros países del COI (Consejo Oleícola Internacional); Productores fuera del COI, No productores o con baja producción. (International Olive Council, *Informe sobre consumo mundial de aceite de oliva 2019/2025*, Madrid, International Olive Council, 2025).

Se observa una disminución en el consumo global entre 2022/2023 y 2023/2024, pero una recuperación estimada para 2024/2025 (+10%). Por otro lado, la UE sigue siendo la región con mayor consumo, aunque con fluctuaciones; Los países fuera del COI muestran un crecimiento destacado en el consumo; El consumo en países no productores o con baja producción ha aumentado un 24%. Estados Unidos, en la categoría "Non - IOC producers" (Países que no forman parte del COI pero que consumen aceite de oliva), sigue siendo el mayor consumidor de aceite de oliva por fuera de la UE y del COI (Consejo Oleícola Internacional). Si bien el consumo ha tenido altibajos en los últimos años, sigue siendo un mercado clave para la exportación de aceite de oliva, con un consumo estable y tendencia al crecimiento.

Siguiendo con el consumo de Aceite de oliva en EEUU, el mismo ha estado experimentando un crecimiento exponencial en las últimas décadas, transformando radicalmente el panorama del mercado global. Convirtiéndose en un elemento básico en los hogares, impulsado por una creciente conciencia sobre sus beneficios para la salud y su versatilidad culinaria, convirtiéndose en el segundo consumidor de Aceite de Oliva a nivel internacional. Con casi 400.000 toneladas consumidas anualmente, se ha convertido en el segundo mayor consumidor de Aceite de oliva a nivel mundial, superando a Italia y acercándose a España. Algunos de los factores que impulsan el consumo de aceite de oliva, son: Conciencia sobre la salud; Influencia de la gastronomía mediterránea; Aumento de la disponibilidad y la variedad.

Algunos de los desafíos y oportunidades que presenta EEUU frente a la gran demanda que está teniendo, son: Dependencia de las importaciones; Competencia y fraude con la posible adulteración del aceite de oliva con aceites más baratos; Cambios climáticos que generan efectos negativos en la

producción. (International Olive Council, *Informe sobre consumo mundial de aceite de oliva 2019/2025*, Madrid, International Olive Council, 2025).

- Precio Internacional del Aceite de Oliva en 2025:

La campaña 2024/25 mostró una fuerte recuperación de la producción mundial de aceite de oliva, alcanzando 3,33 millones de toneladas (+36,3 %), tras un ciclo anterior afectado por el clima. España lideró el repunte con más de 1,4 millones de toneladas (+65,3 %), especialmente gracias a Andalucía. En el resto del arco mediterráneo también hubo mejoras, salvo en Italia, donde la producción cayó un 24,5 %.

El aumento de la oferta elevó las existencias y presionó los precios a la baja: El virgen extra cayó un 40%, y el precio medio de campaña fue de 488 €/100 kg, lo que corresponde a aproximadamente unos 5.710,00. Se espera que esta tendencia continúe por las buenas previsiones de cosecha.

El consumo global creció (+19,3 %), con un fuerte repunte en Europa (+31,4 %). En España, pese a los altos precios, el aceite se mantuvo como producto esencial. Con la baja de precios, el consumo doméstico aumentó notablemente, aunque sigue por debajo de niveles pre pandemia. (Análisis del mercado del aceite de oliva en 2025, Informe de Producción y Consumo Mundial de Aceite de Oliva, Madrid, International Olive Council, s.f.).

Figura 6. Representa la evolución mensual del precio medio semanal del AOVE en España, campaña 2024/25.

Evolución del precio medio semanal de AOVE en España en 2025

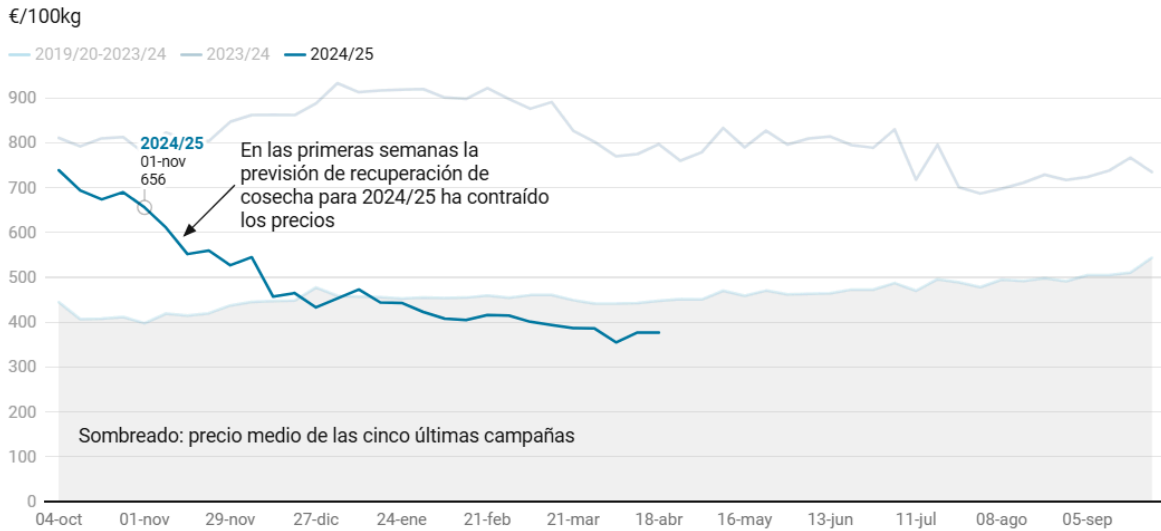


Gráfico: Plataforma Tierra • Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía • Creado con Datawrapper

Fuente: Plataforma Tierra. (2025). *Evolución del precio medio semanal de AOVE en España en 2025* [Gráfico]. Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía.

El gráfico muestra cómo fue disminuyendo el precio en la actual campaña (2024/25), en donde pasa de un aproximado de 750 euros/100kg a 350 euros/100kg, equivalentes a: Usd 8.775,00/tn y usd 4.095,00/tn respectivamente.

A nivel europeo, la evolución de precios ha sido muy desigual entre los principales países productores. España ha registrado las mayores caídas interanuales en todas las categorías, una tendencia que también se observa en Grecia, donde los precios han descendido en torno al 36 % en las tres categorías, alcanzando niveles similares a los españoles.

En contraste, Italia muestra una dinámica muy diferente: Los precios del Aceite de Oliva Virgen Extra y del Virgen apenas han variado, manteniéndose en niveles históricamente altos. Esta resistencia a la baja se explica por la fuerte caída de la producción nacional, que ha reducido drásticamente la oferta, provocando que estos aceites se comporten en el mercado como productos de alta gama, claramente diferenciados de los de origen español o griego.

Aprovechando la presión de las almazaras españolas, que operaban al límite de su capacidad, Italia ha adquirido AOVE a bajo precio y lo ha comercializado como un producto premium. Una estrategia clara de posicionamiento en el mercado.

No ocurre lo mismo con el Aceite Lampante (Aceite no apto para consumo humano, sin un proceso de refinado previo) que sigue una lógica distinta: Al ser un producto más estandarizado y destinado principalmente al refinado, su precio depende más del mercado global. Por eso, se ha comportado como una commodity y ha registrado caídas similares a las del lampante en España y Grecia. (Análisis del mercado del aceite de oliva en 2025, *Informe de Evolución de Precios y Producción en Europa*, Madrid, International Olive Council, s.f.).

Figura 7. Cotización media de aceite de oliva en 2024/25 y variación interanual en los principales productores europeos.

Desde 1/10/2024 hasta 04/04/2025. € /100 kg




	AOVE		AOV		LAMPANTE	
 ESPAÑA	498,27	-40,0%	456,68	-40,1%	406,76	-43,7%
 ITALIA	923,29	-0,1%	684,60	-13,5%	374,86	-39,9%
 GRECIA	507,97	-37,3%	436,59	-35,8%	336,90	-35,8%

Tabla: Plataforma Tierra • Fuente: Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía y Weekly Price Developments-Olive Oil (Comisión Europea). • Creado con [Datawrapper](#)

Fuente: Plataforma Tierra, *Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía y Weekly Price Developments - Olive Oil* (Comisión Europea), 2025.

Esta figura, al igual que la anterior, muestra los precios del aceite de oliva durante la campaña actual (2024/25); A su vez, incluye datos de tres de los principales países productores de Europa: España, Italia y Grecia. A continuación, se expresan los valores correspondientes al Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE) en dólares por tonelada, categoría sobre la cual se centra el presente trabajo.

España: 498,27 - Euros / 100 kg - **5.480,97 usd/ton**

Italia: 923,29 - Euros / 100 kg - **10.156,19 usd/ton**

Grecia: 507,97 - Euros / 100 kg - **5.587,67 usd/ton**

El mercado del aceite de oliva tiene un funcionamiento similar al mercado de valores de La Bolsa, en la que el precio en cada momento se establece en función de la oferta y la demanda, que a menudo vienen afectadas por múltiples factores que condicionan el precio del aceite de oliva, como la calidad del aceite, el nivel de producción, etc. Existen páginas que permiten conocer el precio actual del aceite de oliva, obteniendo información de distintas fuentes, como: Infaoliva, Almazaras Federadas de Córdoba y la Junta de Andalucía; Detallando el tipo de aceite, con gráficos y datos de interés.

POOLred (Precio del Aceite en tiempo real), es una plataforma que registra el precio y las ventas de aceite de oliva a granel en España, definiendo su cotización en función del tipo de aceite. Es un Sistema de Información de Precios del Aceite de Oliva en origen, cuya iniciativa fue emprendida en 1990. Siendo una herramienta informática, utilizada por multitud de almazaras, que registra de forma anónima las compraventas a granel de aceite de oliva en origen y almacena la información de cada transacción en una base de datos en común. En cada registro se recogen, entre otros, la fecha, las toneladas, el precio y el tipo de aceite de oliva al que hace referencia la compraventa realizada entre productora y comercializadora. Con toda esta información, POOLred es capaz de realizar análisis estadísticos relacionados con la cotización del aceite de oliva y presentar los datos representativos del mercado en tiempo real. (POOLred, *Sistema de Información de Precios del Aceite de Oliva en Origen: Datos y Análisis 2024/25*, Córdoba, Almazaras Federadas de Córdoba, s.f.).

Factores que afectan el precio:

- Calidad del aceite de oliva: Análisis fisicoquímico; Valoración organoléptica.
- Nivel de producción: Existen factores como la climatología, plagas y enfermedades que repercuten en el nivel de producción y por ende en la oferta. Lluvias, radiación, humedad y temperaturas afectan directamente el rendimiento del olivar.
- Demanda: Relacionado con preferencias y poder adquisitivo del productor. El aumento o disminución del poder adquisitivo, puede influir en la decisión de optar por un aceite de mayor o menor calidad.

- Costes de producción: Entre los que podemos encontrar, costes en almazaras, costes en refinerías, envasado y etiquetado, distribución.

Figura 8. Precio del aceite al día de la fecha. (18/5/2025).

Infaoliva		Almazaras Federadas de Córdoba	
17/07/2025	Precio (€ / Kg)	17/07/2025	Precio (€ / Kg)
Aceite de oliva virgen extra	3.25 €	Aceite de oliva virgen extra	S.C.
Aceite de oliva virgen	3.025 €	Aceite de oliva virgen	S.C.
Aceite de oliva lampante	2.957 €	Aceite de oliva lampante	S.C.

Junta de Andalucía	
07/07/2025 - 13/07/2025	Precio (€ / Kg)
Aceite de oliva virgen extra	3.66 €
Aceite de oliva virgen	3.27 €
Aceite de oliva lampante	3 €

Fuente: POOLred, s.f.; Precio del Aceite de Oliva HOY, s.f.

En la tabla se observa una disminución significativa en los precios del aceite de oliva respecto a meses anteriores, con valores que rondan entre los 3,00 y 3,66 euros por kilogramo según la calidad, siendo muchas veces vendido en el mercado interno. Esto representa un valor por tonelada de entre 3.000 y 3.660 euros equivalentes a usd 3.300 y 4.026 de manera correspondiente, lo cual confirma la tendencia a la baja registrada en el primer semestre del año, en línea con los descensos señalados por el Observatorio de Precios de Andalucía (caídas de hasta el 40%).

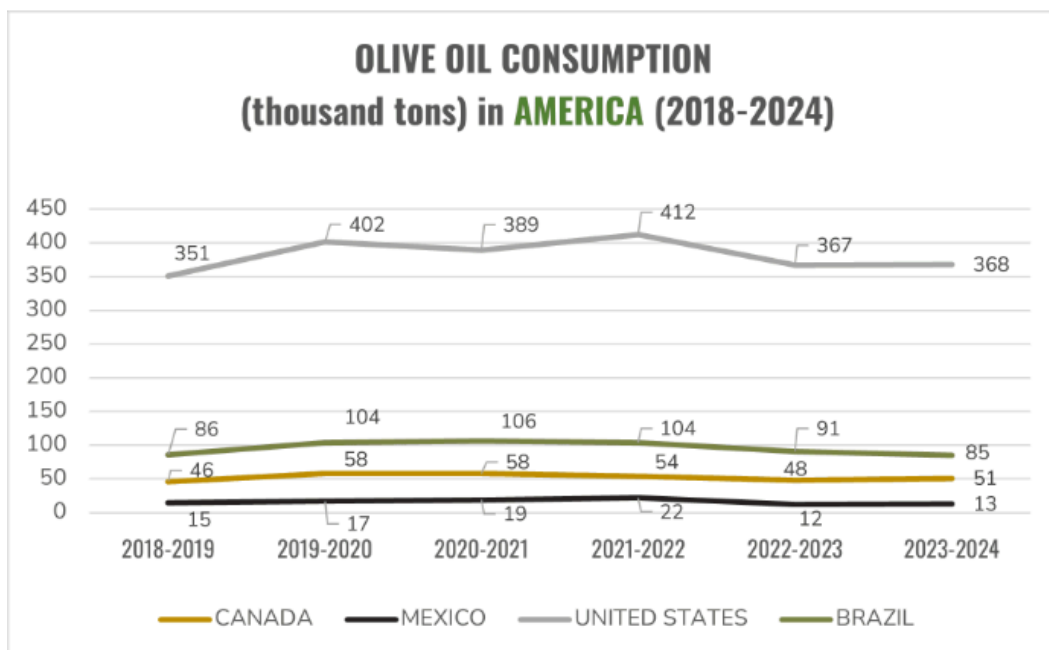
- Tendencia creciente hacia productos saludables y premium en el Mercado Estadounidense:

El consumo del Aceite de oliva en Estados Unidos, ha experimentado un crecimiento exponencial en las últimas décadas, se ha convertido en un elemento básico en los hogares estadounidenses, impulsado por una creciente conciencia sobre sus beneficios y versatilidad culinaria.

Es uno de los países que más consumo del producto hace, con casi 400 mil toneladas consumidas anualmente, superando a España e Italia. El gran consumo por parte de Estados Unidos, lleva a una transformación profunda en la dinámica del mercado internacional del aceite de oliva.

Otra oportunidad dentro de este punto es destacar que solo producen una pequeña fracción de lo demandado, lo que lo vuelve altamente dependiente de las importaciones. Esto expone al mercado a las fluctuaciones de precios y a posibles aranceles comerciales. (POOLred, s.f.; Precio del Aceite de Oliva HOY, s.f.)

Figura 9. Evolución del consumo de aceite de oliva en Canadá; México; Estados Unidos y Brasil.



Fuente: International Olive Council (Consejo Oleícola Internacional), *Olive Oil Consumption Data by Region (2018-2024)*, 2025.

El gráfico muestra la evolución del consumo de aceite de oliva en Estados Unidos, junto con Canadá, México y Brasil, entre 2018 y 2024. Se observa una tendencia general de crecimiento, con picos significativos en algunos años, especialmente en Estados Unidos. Aunque el consumo se ha estabilizado en los últimos años, las perspectivas apuntan a un aumento sostenido a futuro,

impulsado por una mayor conciencia sobre la alimentación saludable y el interés por productos de calidad, como cosméticos.

Estados Unidos representa actualmente alrededor del 35% y 40% de las importaciones mundiales de aceite de oliva por año. Convirtiéndolo en uno de los mayores importadores mundiales. Además de ser un producto consumido en la dieta de los individuos, se utiliza también para el cuidado de la piel, debido a sus propiedades antioxidantes y antiinflamatorias creando oportunidades lucrativas para el crecimiento del mercado del aceite de oliva. (“Auge Imparable del Consumo de Aceite de Oliva en Estados Unidos - Aceite del Campo”, s.f.)

Segmentos de la industria de Aceite de Oliva en Estados Unidos:

- Sobre la base del tipo, el mercado se divide en: Virgen, refinados, otros.
- Según la aplicación: Alimentos y bebidas, cuidado personal y cosméticos, productos farmacéuticos.
- Por el canal de distribución: Supermercados e Hipermercados, Tiendas de conveniencia, en línea.
- Según regiones.

- Reducción y estabilización de la Inflación Interna:

La inflación en Argentina ha mostrado una tendencia decreciente desde el año 2023, donde la inflación anual alcanzó un alarmante 211,4%, con un incremento mensual de 25,5% en diciembre, la cifra más alta en tres décadas . En 2024, gracias a políticas fiscales y monetarias más restrictivas, la inflación anual se redujo al 118%, y en diciembre de ese año, la tasa mensual fue de 2,7% . En mayo de 2025, la inflación mensual fue del 1,5%, la más baja en cinco años, y la inflación interanual se ubicó en 43,5% .

Este descenso en la inflación se atribuye a diversas medidas implementadas por el gobierno, como la liberalización parcial del tipo de cambio y un acuerdo con el FMI que incluyó un paquete de asistencia de 20.000 millones de dólares. (BBVA Research, 2025; Reuters, 2025).

Figura 10. Evolución mensual de la inflación actualizada en Argentina.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), *Datos mensuales 2024-2025*, 2025.

El gráfico muestra la evolución mensual de la inflación anualizada en Argentina durante el año 2024 y parte de 2025, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). En enero de 2024, la inflación anual se ubicaba en un 254,2%, alcanzando un máximo de 292,2% en marzo. A partir de ese pico, se observa una tendencia decreciente sostenida a lo largo del año, con una caída constante que lleva la inflación anual a 117,8% en diciembre de 2024. Esta disminución continúa en los primeros meses de 2025, llegando a un 84,5% en enero, reflejando un proceso de estabilización y reducción de la inflación en el país. Este comportamiento refleja el impacto de las políticas económicas implementadas para controlar los precios y mejorar la estabilidad macroeconómica. (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INDEC], s.f.).

Además de la desaceleración de la inflación hasta enero del 2025, se estima que continúe a la baja, a un nivel promedio mensual del 2%, lo que implicaría una inflación interanual del 35% para finales de este año. (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INDEC], s.f.).

La reducción de la inflación interna representa una oportunidad estratégica para los exportadores argentinos. Según datos del Fondo Monetario Internacional (FMI), la inflación proyectada para 2025 es del 35,9%, una mejora significativa respecto a los niveles de 2023. Esta desaceleración de la inflación contribuye a la estabilidad de los costos operativos, incluyendo insumos, mano de obra, logística y servicios. Un entorno inflacionario controlado permite a las empresas planificar con mayor precisión, establecer precios competitivos en mercados internacionales y mitigar el riesgo de fluctuaciones abruptas que puedan afectar la rentabilidad. Además, el FMI proyecta un crecimiento económico del 5,5% para 2025, lo que sugiere una recuperación sostenida que podría fortalecer la competitividad de las exportaciones argentinas. (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INDEC], s.f.)

Debilidades:

- Falta de experiencia previa en exportaciones:

La empresa no cuenta con antecedentes significativos en operaciones de comercio internacional, salvo una experiencia aislada en Brasil. Esta falta de trayectoria puede representar una desventaja frente a competidores que ya poseen redes comerciales consolidadas, conocimiento operativo del proceso exportador y posicionamiento de marca en mercados externos. La inexperiencia podría generar desafíos iniciales en el manejo de la logística internacional, en el cumplimiento de normativas específicas como las exigidas por la FDA o el USDA, y en la construcción de confianza con clientes potenciales. Asimismo, la falta de reconocimiento de la marca en el exterior y la ausencia de vínculos con importadores o distribuidores puede ralentizar su inserción comercial y limitar las oportunidades de expansión.

- Limitado conocimiento de las regulaciones internacionales y ausencia de certificaciones requeridas para el ingreso al mercado estadounidense:

La empresa actualmente no cuenta con un conocimiento detallado sobre las normativas y exigencias técnicas requeridas por organismos como la FDA o el USDA, fundamentales para ingresar y operar en el mercado estadounidense. Esta falta de familiaridad con las regulaciones internacionales puede representar un obstáculo significativo al momento de adaptar el producto, su etiquetado, empaque o documentación, lo que podría demorar los procesos de internacionalización, generar rechazos o incluso impedir el ingreso si no se actúa con la previsión adecuada.

- Recursos humanos con escasa formación específica en comercio exterior:

La empresa presenta una carencia de personal especializado en áreas clave como comercio exterior, gestión aduanera y negociación internacional.

- Falta de material comercial adaptado a exportación:

La empresa no cuenta actualmente con material comercial en inglés, como fichas técnicas, presentaciones institucionales o análisis de laboratorio adaptados al estándar requerido por compradores internacionales. Esta carencia representa una debilidad a corto plazo, ya que puede dificultar el primer contacto con potenciales importadores, generar demoras en los procesos de negociación y transmitir una imagen de poca preparación para operar en el exterior. En mercados competitivos como el estadounidense, donde la documentación clara y profesional es un requisito básico, la ausencia de estos recursos puede limitar las oportunidades de inserción y restar agilidad al proceso exportador.

- Bajo nivel de tecnificación en comparación con competidores internacionales:

A pesar de contar con un producto de calidad, la empresa presenta un bajo nivel de tecnificación en sus procesos productivos y logísticos, lo que limita su eficiencia y capacidad de respuesta ante los estándares internacionales. Esta situación afecta negativamente la competitividad frente a países productores de aceite de oliva con mayores niveles de automatización y tecnología aplicada, como

España o Italia, que han incorporado sistemas avanzados de trazabilidad, control de calidad y producción sostenible. Esta brecha tecnológica puede repercutir tanto en los costos como en la capacidad de adaptación a las exigencias del mercado externo (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2023).

- Falta de acceso a redes comerciales internacionales:

La empresa aún no cuenta con vínculos sólidos con importadores, distribuidores o agentes comerciales en el exterior, lo cual podría ralentizar su inserción en nuevos mercados y limitar oportunidades de crecimiento en el corto plazo.

- Dependencia de intermediarios:

Dado que no cuenta con una red de contactos directos con importadores en EE.UU., puede existir la tendencia de depender de brokers y traders, reduciendo el margen de ganancia y el control sobre su comercialización. Por lo menos durante los primeros años.

En cuanto al *trader*, es una figura que realiza operaciones de compra y venta. Su objetivo es claro: Comprar a un precio más barato del que vende, para de esta forma obtener una diferencia.

Por otro lado, la figura del *broker* se vincula con la gestión de los costos, logística y colocación de productos en el mercado internacional. Es intermediario con proveedores para la importación o exportación de mercaderías. Ejemplo: La empresa quiere exportar una mercadería pero la marca no está consolidada internacionalmente, el broker puede ayudar a la empresa a posicionarse, y encontrar sus potenciales clientes en el mercado extranjero. Su función es asumir la responsabilidad del producto, venderlo casi como si fuera suyo. Encargándose también, en algunos casos, de la logística internacional, para que llegue a destino. Se asegura de que el vendedor obtenga sus ganancias y el su comisión como intermediario. (Cómo Importar/exportar en Argentina, s.f.).

Algunas de las diferencias entre trader y broker: El primero queda más del lado del inversionista, del que busca un negocio para hacer, convirtiéndolo más en un analista de mercados, estudiando y apostando en que un determinado producto pueda tener un precio más elevado o mejores oportunidades en otro país. En cambio, el broker no se encarga de analizar mercados puntualmente, sino que se encuentra más enfocado en conectar partes, saber acerca de los pormenores de las

ventas en el exterior, y cómo posicionar el producto en el mercado destino, como también la logística internacional. (Cómo Importar en Argentina, s.f.).

- Costos logísticos elevados:

La distancia desde Cruz del Eje hasta los principales puertos de exportación en Argentina (Buenos Aires o Rosario) puede aumentar los costos de transporte y afectar la competitividad del precio final. Además, exportar desde Argentina a EE.UU. implica costos logísticos más altos que desde Europa. Por ejemplo, un contenedor de 20 pies desde Buenos Aires puede costar entre USD 2.500 y USD 3.500, mientras que desde Europa (Rotterdam, Hamburgo o Barcelona) los costos oscilan entre USD 1.800 y USD 2.500, es decir, hasta un 30 % más económicos. Esta diferencia impacta directamente en la competitividad del producto argentino en el mercado estadounidense. Más adelante en el trabajo, se establecerá una tabla con los costos aproximados, obtenidos a través de un agente de carga, tanto para el transporte terrestre nacional, como el internacional. Lo que permitirá contar con un estimativo de los costos involucrados en la logística.

Amenazas:

- Muchas exigencias por parte de EEUU. Barreras arancelarias y regulatorias:

El aceite de oliva argentino enfrenta desafíos en el mercado estadounidense debido a barreras arancelarias y requisitos regulatorios estrictos. A diferencia de países como España o Italia, que cuentan con acuerdos comerciales más favorables con Estados Unidos, Argentina no goza de los mismos beneficios hasta el momento, lo que puede traducirse en aranceles más elevados y costos adicionales de importación. Además, el cumplimiento de normativas específicas, como las establecidas por la FDA y el USDA, requiere certificaciones y controles de calidad que pueden representar un obstáculo para nuevos exportadores. Estos factores dificultan la competitividad del producto argentino y requieren estrategias comerciales sólidas para lograr una inserción efectiva en el mercado.

- ***Brecha cambiaria Argentina:***

La brecha cambiaria, entendida como la diferencia entre el tipo de cambio oficial y otras cotizaciones legales o informales, también conocido como “Tipo de cambio paralelo” (MEP; CCL) constituye una amenaza relevante para los exportadores argentinos. En el contexto actual, a pesar de medidas implementadas por el gobierno de Javier Milei, como la reducción de impuestos a las exportaciones agroindustriales para incentivar la actividad exportadora, persisten distorsiones cambiarias que afectan la competitividad internacional. Diversos analistas consideran que el tipo de cambio oficial se encuentra sobrevaluado, lo cual encarece las exportaciones y reduce el atractivo de los productos argentinos en el exterior. (El País, s.f.; Freiheit.org, s.f.).

Esta situación genera un doble perjuicio para los exportadores. Por un lado, reciben menos pesos por cada dólar exportado a tipo de cambio oficial; Por otro lado, enfrentan costos internos influenciados por la reciente volatilidad y ajustes frecuentes del tipo de cambio oficial, que pueden incrementar los costos operativos, y de producción. Esta disparidad deteriora los márgenes de rentabilidad, obstaculizando la planificación y sostenibilidad de las operaciones internacionales.

- ***Competencia internacional fuerte:***

El mercado de aceite de oliva en Estados Unidos está dominado por grandes productores tradicionales de países como España, Italia, Portugal, Grecia y Turquía, con marcas consolidadas y reconocidas a nivel mundial. Esta situación genera una competencia agresiva en precios y una alta fidelidad del consumidor hacia estas marcas, lo que representa una barrera significativa para nuevos exportadores sin historial ni reconocimiento previo. Además, la saturación del mercado y los costos asociados a la logística, certificaciones y acceso a canales de distribución complejizan aún más la penetración en el mercado. Esta fuerte competencia puede afectar tanto la capacidad de posicionamiento como los márgenes comerciales, obligando a buscar propuestas diferenciadas para captar nichos específicos o segmentos de mercado en crecimiento, como consumidores interesados en aceites orgánicos o producciones sostenibles.

Figura 11. España: Exportaciones a Estados Unidos. (2018 al 2024)

	2018/2019		2019/2020		2020/2021		2021/2022		2022/2023		2023/2024	
	Volume	Value	Volume	Value	Volume	Value	Volume	Value	Volume	Value	Volume	Value
United States	242 390	937.9	271 883	887.3	275 237	961.9	285 622	1 239.6	212 258	1 262.4	228 423	2 077.3
Brazil	71 532	291.0	93 663	325.1	87 600	328.4	85 863	393.4	69 198	441.1	66 513	639.1
United Kingdom	61 686	212.6	75 156	216.4	69 769	219.2	68 819	270.2	59 220	330.5	58 186	494.4
Japan	65 319	254.6	67 872	230.1	55 999	206.8	55 255	243.6	42 427	248.9	32 132	301.2
China	44 392	140.3	46 218	127.3	40 362	128.2	47 384	187.1	19 598	105.0	18 897	154.0
Canada	28 187	109.3	36 139	117.4	31 134	113.6	30 504	143.2	23 066	140.8	21 452	196.8
Australia	26 197	91.4	36 043	109.1	31 512	101.3	28 026	115.4	21 034	117.7	26 273	238.8
Switzerland	14 662	73.2	17 625	84.5	17 445	85.8	16 641	92.1	14 815	102.1	14 966	149.3
Russia	15 057	63.8	16 950	65.8	18 174	73.4	14 783	68.9	11 724	68.8	9 306	87.2
Mexico	12 557	52.9	16 621	57.7	19 491	72.3	18 350	81.7	15 317	92.0	20 196	189.4
South Korea	15 435	51.2	15 618	51.2	21 350	77.1	28 645	120.0	13 921	84.0	16 013	155.4
Others	111 473	417.5	127 251	422.7	135 772	487.5	140 231	623.4	99 640	600.2	96 043	853.4
Total	708 887	2 695.7	821 038	2 694.7	803 845	2 855.5	820 122	3 578.6	602 217	3 593.6	608 400	5 536.4

Fuente: Consejo Oleícola Internacional. (s.f.). Exportaciones de aceite de oliva por país de destino y valor económico por campaña (2018/2019 – 2023/2024).

Como se puede observar en el cuadro anterior, España es el principal proveedor de aceite de oliva para EEUU, con un promedio de 252 mil toneladas exportadas por campaña, con un valor estimado en 1,228 millones de euros. Es uno de los pocos países, en donde se ve un aumento que va fluctuando en las distintas campañas.

Las exportaciones extracomunitarias de la UE a EEUU representan aproximadamente el 35% del total en valor y volumen.

- Si se incluyen las exportaciones intracomunitarias, suponen el 15% del volumen y el 17% del valor total.

La producción de aceite de oliva de la UE representa el 67% de la producción mundial. Lo que supone alrededor de 2 millones de toneladas anuales. Concentrando en países mediterráneos, distribuyéndose de la siguiente forma: 66% en España, el 15% en Italia, el 13% en Grecia y el 5% en Portugal. (International Olive Council, 2025; El Orden Mundial, s.f.; La realidad del mercado del aceite de oliva en EE.UU., s.f.).

- ***Fluctuaciones en el precio de la materia prima:***

Las variaciones en el precio internacional de aceitunas, representa una amenaza significativa para la estabilidad y planificación de los negocios exportadores. Estas fluctuaciones pueden estar impulsadas por diversos factores, entre ellos las condiciones climáticas adversas que afectan a la materia prima (Aceitunas), el incremento en los costos de mano de obra y producción, así como la volatilidad inherente a la dinámica del mercado global.

Además, la competencia con países productores que cuentan con mayores niveles de resiliencia económica, subsidios estatales o políticas de apoyo más sólidas, puede amplificar la presión sobre los precios, afectando directamente la capacidad competitiva de los exportadores argentinos.

Matriz FODA.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Trayectoria, posicionamiento y compromiso con la sostenibilidad - Cantidad producida - Calidad del producto - Certificaciones y packing 	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento en las exportaciones argentinas y diversificación de mercados - Brecha cambiaria en Argentina - Política comercial y fiscal favorable para las exportaciones - Inserción en mercados internacionales - Reducción y eliminación de retenciones al aceite de oliva - Nuevos acuerdos comerciales entre Argentina y EEUU - Aumento del consumo de aceite de oliva - Precio internacional del aceite de oliva en 2025 - Tendencia creciente hacia productos saludables y premium en el mercado estadounidense - Reducción y estabilización de la inflación interna
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de experiencia previa en exportaciones - Limitado conocimiento de las regulaciones internacionales y ausencia de certificaciones requeridas para el ingreso al mercado estadounidense - Recursos humanos con escasa formación específica en comercio exterior - Falta de material comercial adaptado a exportación - Bajo nivel de tecnificación en comparación con competidores internacionales - Falta de acceso a redes comerciales internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> - Muchas exigencias por parte de EEUU. Barreras arancelarias y regulatorias - Dependencia de intermediarios - Brecha cambiaria Argentina - Competencia internacional fuerte - Fluctuaciones en el precio de la materia prima

<ul style="list-style-type: none"> - Dependencia de intermediarios - Costos logísticos elevados 	
---	--

Matriz ICE (Índice de capacidad exportadora de la empresa)

El Índice de Capacidad Exportadora es una herramienta de diagnóstico que permite evaluar el potencial de una empresa para ingresar y competir en el mercado internacional. Existen enfoques cuantitativos que asignan puntajes numéricos para reflejar el nivel de preparación exportadora, basándose en factores internos, externos y en la adaptación del producto. Sin embargo, en este trabajo se opta por una aplicación teórica y cualitativa de la herramienta, prescindiendo del enfoque numérico, con el objetivo de describir y analizar integralmente los factores que inciden en la capacidad exportadora. Este índice guarda similitudes con el análisis FODA, ya que también contempla elementos internos y del entorno, aunque su orientación está centrada exclusivamente en el diagnóstico exportador y en la identificación de áreas específicas de mejora de la empresa, en función de los desafíos del comercio internacional.

Se llevará a cabo un análisis de distintas áreas de la empresa con el objetivo de determinar el estado actual y su posición estratégica. Se hará foco en los siguientes puntos: *Capacidad empresarial; Capacidad productiva; Capacidad comercial; Logística; Y de gestión de la información.*

- Capacidad empresarial: Este aspecto está relacionado con la estructura organizativa, la visión estratégica del negocio, tanto a nivel local como internacional, y la experiencia gerencial.

Fincas de Cruz del Eje, tras años de crecimiento en el mercado nacional, primero mediante distribuidores locales y posteriormente a través de acuerdos con grandes cadenas de supermercados, busca expandirse a nuevos mercados internacionales con un producto de alta calidad, comparable con los aceites presentes en el exterior. La empresa cuenta con certificaciones que respaldan y distinguen dicha calidad.

- Capacidad productiva: Como se mencionó en el FODA del presente trabajo, la empresa obtiene la materia prima tanto de producción propia como de pequeños productores que se encuentran en zonas aledañas. La cosecha no depende de la empresa únicamente, sino de factores externos como lo es el clima, que desempeña un papel fundamental en el desarrollo, la producción y la calidad de las aceitunas. Por su parte, Fincas de Cruz del Eje lleva a cabo todo el proceso productivo necesario para obtener el producto final: Aceite de oliva envasado - 800 Unidades/hr . Actualmente 120 toneladas anuales, sin un límite determinado. El proceso se divide en 8 etapas: Recepción y limpieza de aceitunas; Molienda; Batido de la pasta; Extracción (Se separa el aceite del resto de los componentes); Filtrado (Se filtra el aceite para retirar las impurezas); Almacenamiento; Envasado, etiquetado y finalmente el control de la calidad.

- *Capacidad comercial:* La trayectoria en el mercado local otorga credibilidad y confianza para presentarse ante importadores extranjeros, facilitando la apertura de canales de comunicación y generando una imagen positiva frente a compradores internacionales. La empresa comercializa activamente en el mercado interno, contando entre sus clientes con importantes empresas, como la cadena de supermercados Carrefour. Esta experiencia y estabilidad comprobadas fortalecen la posición competitiva de la empresa en mercados extranjeros, incrementando así las posibilidades de establecer relaciones comerciales duraderas y exitosas.

Cabe mencionar que para que logre establecerse en el mercado extranjero, en este caso: Estados Unidos, es necesario que exista gente capacitada en comercio exterior, dentro de la empresa o de forma tercerizada; Web en inglés y español, material promocional, fichas técnicas, documentación de apoyo para la internacionalización y presentación comercial para mercados externos.

- Capacidad logística: Fincas de Cruz del Eje cuenta con una estructura logística integrada que respalda su proyección internacional. La empresa posee planta propia de elaboración y envasado, ubicada en la provincia de Córdoba; Existe un control del proceso desde la cosecha hasta el producto final, lo que garantiza una trazabilidad completa en cada etapa de la producción. Dispone de infraestructura adecuada para el almacenamiento, conservación y despacho del aceite de oliva, cumpliendo con estándares de calidad y seguridad alimentaria nacional. Además, su experiencia en distribución nacional mediante alianzas con cadenas de supermercados y distribuidores demuestra una operatividad sólida, eficiente y adaptable. La empresa también tiene capacidad para desarrollar packaging y etiquetado conforme a requerimientos del mercado externo. Es necesario que mantenga vínculos con operadores logísticos y despachantes de aduana, para gestionar de forma eficiente las ventas.

En cuanto a la logística internacional, como ya fue mencionado con anterioridad, deberá contemplar el transporte terrestre, desde Cruz del Eje, si es acordada una venta FCA/FOB, hasta el Puerto de Buenos Aires o Rosario, desde donde se realizan la mayor parte de las exportaciones marítimas; dirigiéndose a puertos estadounidenses, dependiendo donde se encuentre el importador. a empresa deberá garantizar un embalaje adecuado, un etiquetado conforme a las regulaciones de la FDA y contar con la documentación requerida, como la factura comercial, el packing list y el certificado de origen, entre otros. En caso de optar por términos comerciales como CIF o CFR, será necesario contratar servicios de logística internacional para coordinar el transporte de mercancías entre los países. Dado que la empresa exportare un volumen reducido (pocos contenedores), deberá trabajar en conjunto con un agente de carga (freight forwarder), es decir, una empresa especializada que actúa como intermediaria logística entre el exportador, las navieras, aerolíneas, transportistas terrestres, aduanas y otros actores de la cadena logística internacional.

- Capacidad de gestión de la información: Hoy en día con la tecnología, el acceso a la información se vuelve más alcanzable. Además existen sistemas que integran operaciones de comercio internacional por rubro, como por ejemplo: Softrade, trade map, Aduana 360, etc.

Es fundamental contar con capital humano capacitado o, en su defecto, tercerizar el servicio de comercio internacional, manteniéndose permanentemente actualizado respecto a nuevas plataformas, herramientas tecnológicas y normativas/regulaciones del comercio exterior.

Conclusión - Matriz ICE:

El análisis ICE revela que la empresa cuenta con fortalezas importantes en producción, calidad, experiencia local y prácticas responsables, lo que le brinda una base sólida para exportar a mercados exigentes como Estados Unidos. No obstante, enfrenta retos internos como la falta de experiencia exportadora, limitada red internacional y necesidad de capacitación en normativas y recursos humanos.

La adaptación del producto (envase, etiquetado y certificaciones) es clave para el éxito exportador. En conjunto con el FODA, el ICE permite identificar ventajas y áreas a mejorar para una inserción internacional sostenible y competitiva.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DEL MACROENTORNO DE ARGENTINA Y ESTADOS UNIDOS

Introducción:

El análisis del macroentorno es una herramienta fundamental para comprender los factores externos que condicionan la estrategia de inserción internacional de una empresa. En el contexto de un proyecto de exportación, este análisis permite identificar oportunidades y amenazas derivadas del entorno político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal. Para abordar esta evaluación, se utilizará el modelo PESTEL, que facilita la estructuración y comparación del entorno externo de Argentina como país de origen, y de Estados Unidos como mercado de destino.

El análisis PESTEL permite examinar cómo las variables macroeconómicas y normativas influyen sobre la competitividad, la demanda, la logística y los requisitos de acceso al mercado objetivo. Esta perspectiva es clave para anticipar riesgos, adaptar la estrategia comercial y alinear las capacidades de la empresa con los desafíos del comercio internacional y la situación mundial.

Complementariamente, se incorporará el *Modelo del Diamante de Porter*, el cual analiza los determinantes de la ventaja competitiva de una nación o sector productivo. Este enfoque permite evaluar condiciones como los factores de producción, la demanda local, el contexto de rivalidad empresarial del producto y la presencia de industrias relacionadas o de apoyo. Aplicado al sector del aceite de oliva en Argentina, este modelo permite identificar el grado de preparación del país para competir exitosamente en mercados exigentes como el estadounidense, y comprender cómo interactúan las condiciones locales con la competitividad internacional.

En conjunto, el uso del modelo PESTEL y del Diamante de Porter permite construir una visión integral del entorno macroeconómico, y sustenta las decisiones estratégicas en relación al plan de exportación de la empresa, hacia Estados Unidos.

PESTEL:

Aspecto político:

El análisis político es fundamental para evaluar el entorno externo en el que una empresa llevará a cabo su actividad comercial, especialmente en el contexto de exportaciones. Factores como las políticas comerciales, relaciones internacionales y las regulaciones gubernamentales, pueden incidir significativamente en el éxito o fracaso de las empresas en los mercados internacionales. En el caso de Argentina, la política ha tenido durante el último tiempo, cambios abruptos. Resulta crucial entender las nuevas políticas comerciales que se han aplicado; La relación con mercados clave como Estados Unidos y las regulaciones gubernamentales.

Desde su asunción, el gobierno de Javier Milei ha impulsado un ambicioso paquete de reformas laborales orientadas a flexibilizar el mercado de trabajo, aumentar la competitividad y atraer

inversiones. Estas reformas buscan una transformación estructural del modelo laboral argentino, promoviendo un esquema más dinámico y acorde a las demandas del mercado actual.

Entre las medidas más destacadas se encuentra la extensión del período de prueba laboral, que pasó de tres a ocho meses. Durante este tiempo, empleadores y empleados pueden interrumpir la relación laboral sin indemnización, únicamente con aviso previo, facilitando así la contratación y desvinculación según las condiciones del mercado. Complementariamente, se propone la creación de un fondo de cese laboral financiado mensualmente por las empresas, destinado a reemplazar las tradicionales indemnizaciones por despido y a gestionar los costos de desvinculación de forma más sostenible para los empleadores.

Además, se introdujeron modificaciones en la jornada laboral, permitiendo la implementación de bancos de horas que facilitan la acumulación y compensación de horas extras en períodos de menor actividad. También se flexibilizó la distribución de las vacaciones, posibilitando su fraccionamiento y otorgamiento en cualquier momento del año, con un plazo de aviso reducido a 21 días.

En un esfuerzo por reducir la alta informalidad laboral, que afecta aproximadamente al 37% de la fuerza de trabajo argentina, se establecieron incentivos fiscales para la formalización. Las empresas que registren a sus empleados pueden acceder a exenciones de aportes patronales durante los primeros dos años, incentivando así la creación de empleo formal y la mejora en la recaudación previsional.

No obstante, estas reformas han generado controversias significativas. Sectores sindicales y organizaciones de derechos humanos han manifestado preocupación por la posible erosión de derechos laborales fundamentales, como la limitación del derecho a huelga y la flexibilización excesiva de las condiciones laborales. Asimismo, la implementación de estas medidas se acompaña de un proceso de desregulación económica que incluye la eliminación de más de 300 leyes y regulaciones, orientado a reducir la burocracia y fomentar la inversión privada, pero criticado por su falta de consenso social y riesgos de precarización del empleo.

Paralelamente, el gobierno ha implementado políticas internas para estabilizar y regular la economía. Destaca la “Reducción del Gasto Público”, que busca achicar el tamaño del Estado, sanear las finanzas públicas y eliminar el déficit fiscal mediante una mayor eficiencia en la administración pública.

En materia de comercio exterior, desde el inicio se presentaron lineamientos claros en el “Plan de Gobierno”, reflejados en un memo de 40 páginas que plantea la “Eliminación de todas las restricciones al comercio internacional”, incluyendo cuotas, cepos cambiarios, retenciones y derechos de importación. Este enfoque pro-mercado ha llevado a medidas concretas como:

- La eliminación del Sistema de Importaciones de la República Argentina (SIRA), reemplazado por el Sistema Estadístico de Importaciones (SEDI), agilizando el ingreso de bienes al país.
- La supresión de aranceles del 7,5% en sectores productivos clave.
- La eliminación de percepciones impositivas como el impuesto PAIS y el recargo del 30% sobre operaciones en moneda extranjera, aliviando costos de comercio exterior.
- El levantamiento del cepo cambiario en abril de 2025, eliminando los controles al acceso de divisas para empresas e individuos.
- La reducción y eliminación de retenciones a exportaciones en productos como carnes, lácteos y economías regionales, quedando pendientes productos agrícolas como soja y maíz.

Estas acciones, junto con la intención de firmar acuerdos bilaterales con economías estratégicas, buscan posicionar a Argentina como un actor confiable en el comercio internacional, potenciando la competitividad y atrayendo inversiones.

No obstante, existen desafíos relevantes, especialmente la pertenencia de Argentina al Mercosur, que impone limitaciones para negociar acuerdos comerciales individuales con terceros países. Para concretar un acuerdo de libre comercio con Estados Unidos, será necesaria la aprobación del bloque o incluso la salida del mismo, además de superar barreras políticas y económicas en ambos congresos.

En conclusión, el gobierno de Javier Milei impulsa una agenda de reformas y apertura económica con el objetivo de modernizar el mercado laboral y posicionar a Argentina en el comercio global. La sostenibilidad y los efectos sociales de estas transformaciones deberán ser monitoreados cuidadosamente en los próximos años.

En cuanto a la política de Estados Unidos, la reelección de Donald Trump como presidente implicó la puesta en marcha de un paquete inicial de 100 medidas orientadas a provocar un giro radical tanto en la política interna como en la externa del país. Aunque varias de estas órdenes ejecutivas han enfrentado desafíos legales y algunas tienen un carácter simbólico, en conjunto reflejan una estrategia centrada en fortalecer la industria nacional y redefinir las relaciones comerciales y migratorias.

Entre las medidas más destacadas se encuentran la intensificación de políticas migratorias restrictivas, el bloqueo unilateral de fondos federales, y el endurecimiento de los controles fronterizos, incluyendo propuestas para limitar la ciudadanía de hijos nacidos en EE.UU. de padres inmigrantes. En materia de comercio exterior, el gobierno de Trump ha manifestado su intención de aumentar las exportaciones de petróleo y gas natural licuado hacia Asia y el Pacífico, al mismo tiempo que contempla la imposición de nuevos aranceles a productos importados desde México y Canadá. Esta postura genera tensiones e incertidumbre económica, particularmente por la dependencia de cadenas de suministro transfronterizas y por el posible impacto en la renegociación del T-MEC.

Estas políticas proteccionistas podrían dar lugar a represalias comerciales, impactar sectores clave como el automotriz y el agroalimentario, y repercutir negativamente en el empleo y la competitividad de las industrias locales. Además, los efectos podrían extenderse al plano internacional, generando desequilibrios en el comercio global.

A pesar de este contexto, el Fondo Monetario Internacional (FMI) proyecta un crecimiento del 2,7 % para la economía estadounidense en 2025, aunque advierte que las políticas anunciadas podrían generar incertidumbre y riesgos a nivel global.

Relación entre Estados Unidos y Argentina:

El escenario político estadounidense configura un contexto complejo, aunque con oportunidades concretas para productos argentinos. Si bien el enfoque proteccionista y la elevada regulación a través de organismos como la FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos) y el USDA (Departamento de Agricultura de EE.UU.) exigen el cumplimiento de estrictos estándares de calidad y seguridad, el interés del gobierno estadounidense en mantener relaciones comerciales estratégicas con países que aporten valor agregado podría favorecer la entrada de productos diferenciados.

En este sentido, Argentina cuenta con un sólido respaldo institucional para fomentar la internacionalización de sus empresas. Organismos como la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (AAICI), el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, y, a nivel provincial, instituciones como ProCórdoba y la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba (CaCEC), ofrecen asesoramiento técnico, herramientas de capacitación, financiamiento y acceso a ferias y rondas de negocios internacionales.

Por otra parte, la afinidad ideológica entre los presidentes Javier Milei y Donald Trump ha quedado en evidencia en el interés común por avanzar hacia un acuerdo de libre comercio bilateral, con propuestas como la de establecer "aranceles recíprocos", que igualen los niveles tarifarios para productos entre ambos países. No obstante, existen desafíos estructurales importantes: La pertenencia de Argentina al Mercosur, que limita su autonomía para negociar acuerdos comerciales de forma independiente, y las complejidades políticas internas tanto en Argentina como en Estados Unidos, que podrían ralentizar o incluso bloquear la firma y ratificación de un acuerdo de esta naturaleza.

Conclusión - Dimensión Política:

El análisis político evidencia que tanto en Argentina como en Estados Unidos atraviesan escenarios dinámicos que impactan directamente en las oportunidades y riesgos para el comercio internacional. En el caso argentino, la gestión del presidente Javier Milei ha impulsado un paquete ambicioso de reformas orientadas a flexibilizar el mercado laboral, reducir el tamaño del Estado y desregular la

economía, con un claro enfoque pro-mercado. Estas medidas buscan aumentar la competitividad y facilitar la inserción del país en los mercados internacionales, eliminando restricciones al comercio exterior, retenciones y barreras arancelarias. No obstante, estas transformaciones profundas han generado tensiones internas, tanto sociales como políticas, y presentan desafíos en términos de sostenibilidad, equidad y consenso institucional.

En paralelo, la reelección de Donald Trump en Estados Unidos plantea un panorama de alta incertidumbre a nivel global. Su agenda política, centrada en el proteccionismo, el fortalecimiento de la industria nacional y la reestructuración de acuerdos comerciales, puede generar fricciones en los flujos de comercio internacional. A pesar de este contexto, la economía estadounidense mantiene expectativas de crecimiento, lo que representa una oportunidad para exportadores que logren adaptarse a sus estrictas regulaciones. (El País, 2024).

En este marco, la posible profundización de la relación bilateral entre Argentina y Estados Unidos, favorecida por una afinidad ideológica entre ambos mandatarios y el interés compartido en avanzar hacia acuerdos de libre comercio, constituye una ventana estratégica. Sin embargo, la pertenencia de Argentina al Mercosur, como se indicó arriba, limita su autonomía para negociar de forma individual, y tanto las trabas legislativas como los intereses sectoriales de ambos países podrían obstaculizar este camino.

En conclusión, el entorno político actual presenta una combinación de oportunidades y desafíos que exige a las empresas exportadoras comprender, anticipar y adaptarse a los cambios institucionales. La estabilidad regulatoria, el alineamiento entre políticas internas y externas, y la capacidad de gestión frente a contextos proteccionistas serán factores clave para definir el éxito en la internacionalización de productos como el aceite de oliva argentino. (Reuters, 2024).

Aspecto económico:

El análisis económico es fundamental para la toma de decisiones estratégicas, ya que permite evaluar riesgos empresariales y de inversión en un entorno cambiante. En los últimos años, Argentina ha enfrentado serios desafíos macroeconómicos, marcados por una elevada inflación, déficit fiscal persistente y volatilidad cambiaria.

Según datos del INDEC, la inflación interanual alcanzó el 193% en octubre de 2024, aunque con una desaceleración mensual del 2,7%, la más baja en tres años, lo que sugiere un posible cambio de tendencia. Por otro lado, el Producto Bruto Interno (PBI) registró una contracción estimada del 3,5% durante 2024, reflejando una recesión que afectó a numerosos sectores productivos. El déficit fiscal continúa siendo una restricción estructural para el Estado, limitando su capacidad de implementar políticas expansivas sin recurrir al endeudamiento.

Este escenario genera incertidumbre, pero también abre oportunidades para sectores orientados al comercio exterior, ya que en el nuevo enfoque económico del gobierno busca estabilizar variables clave, reducir la intervención estatal y facilitar la inserción internacional de productos argentinos.

El tipo de cambio en Argentina ha mostrado una notable volatilidad en los últimos años. Sin embargo, en noviembre de 2024, la brecha cambiaria se redujo al 10%, el nivel más bajo desde 2019. Esta mejora se atribuye a medidas económicas recientes, como programas de blanqueo de capitales y controles fiscales más estrictos. Para los exportadores, un tipo de cambio más estable facilita la planificación financiera y mejora la competitividad en los mercados internacionales (Reuters. 2024, marzo 12).

En este contexto, el sistema tributario argentino representa un factor crítico dentro del entorno económico. Se caracteriza por una alta complejidad administrativa y una presión fiscal considerable, que afecta directamente la competitividad del sector exportador. La carga tributaria combinada —entre impuestos nacionales, provinciales y municipales— puede superar el 40% del Producto Interno Bruto (PIB), ubicando a Argentina entre los países con mayor presión fiscal en América Latina.

A nivel nacional, tributos como el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Impuesto a las Ganancias y los Derechos de Exportación (retenciones) tienen un impacto significativo en la actividad económica. Las retenciones, en particular, han sido objeto de debate por su incidencia directa en el agro argentino: Cultivos como la soja enfrentan alícuotas del 33%. Aunque constituyen una fuente importante de ingresos para el Estado, estas medidas reducen la rentabilidad de los productores y limitan su competitividad internacional.

En el plano provincial, el Impuesto sobre los Ingresos Brutos genera un efecto acumulativo a lo largo de las cadenas productivas, elevando los costos finales. Asimismo, las tasas municipales, aunque de menor magnitud, contribuyen a la presión fiscal total. La existencia de una estructura impositiva compleja y, en algunos casos, superpuesta, dificulta la operación de empresas exportadoras, afectando su capacidad de competir en mercados externos.

Pese a intentos recientes de reforma, el sistema tributario aún presenta obstáculos significativos para el comercio internacional, entre ellos: La falta de simplificación administrativa, la doble imposición y la incertidumbre normativa. En este sentido, avanzar hacia una política fiscal más equitativa y eficiente, con incentivos concretos para los exportadores, resultaría esencial para fortalecer el perfil exportador del país.

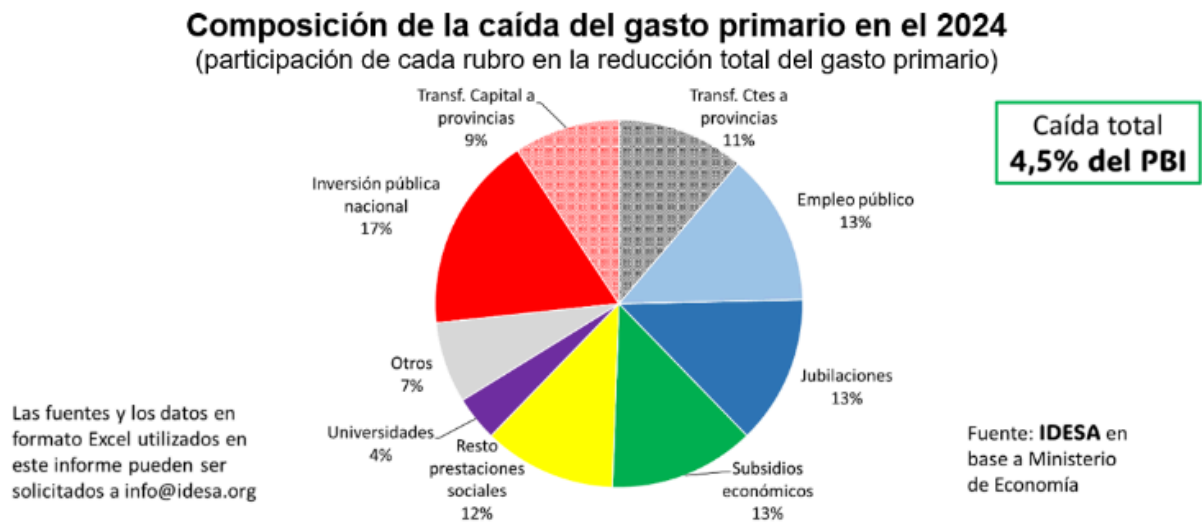
En paralelo, el gobierno de Javier Milei ha impulsado una agenda orientada a lograr estabilidad macroeconómica mediante la reducción del déficit fiscal y un manejo más prudente de la deuda externa. Estas medidas buscan crear un entorno económico predecible, restaurar la confianza de los inversores y favorecer la inserción internacional de las empresas argentinas.

De hecho, en 2024, Argentina logró revertir su histórico déficit fiscal y cerró el año con un superávit financiero del 0,3% del PIB, tras un déficit del 4,6% en 2023. Este cambio, equivalente a una mejora de casi 5 puntos del PIB, se logró principalmente a través de una reducción sustancial del gasto primario, mientras que los ingresos públicos se mantuvieron estables en torno al 16,8% del PIB.

Las principales áreas afectadas por el ajuste fiscal fueron:

- Transferencias a provincias (20% del ajuste total),
- Inversión en infraestructura nacional (17%),
- Así como recortes en subsidios, jubilaciones y empleo público.

Figura 12. Composición de la caída del gasto primario en el 2024.



Fuente: IDESA. (2024). Composición de la caída del gasto primario en el 2024 [Gráfico]. En base a datos del Ministerio de Economía.

La figura ilustra cómo se distribuyó esta reducción del gasto en distintos rubros, reflejando el impacto del ajuste en la estructura del gasto público y sus consecuencias sobre la actividad económica. A pesar de los efectos contractivos en el corto plazo, el objetivo declarado del gobierno es lograr el equilibrio fiscal como base para el crecimiento sostenible. (Instituto para el Desarrollo Social Argentino. 2024, marzo 15)

Desde la reelección de Donald Trump a la presidencia en 2025 (Conference Board), la economía de Estados Unidos ha transitado un escenario caracterizado por tensiones entre el impulso al crecimiento y una agenda comercial proteccionista. A pesar de señales de desaceleración en la

actividad económica, el país mantiene fundamentos sólidos que continúan posicionándolo como una de las economías más influyentes del mundo. (Reuters, 2025; Conference Board, 2025).

La proyección de crecimiento económico para 2025 se sitúa entre el 1,4% y 1,6%, según estimaciones del Comité Federal de Mercado Abierto (FOMC) y el Conference Board, respectivamente, (IMF, 2025; Reuters, 2025) evidenciando una ralentización respecto a años anteriores. Esta dinámica responde, en parte, a una política monetaria restrictiva adoptada por la Reserva Federal, que mantiene tasas de interés en niveles elevados para controlar una inflación persistente, que se ubica por encima del 3%. A pesar de este contexto, el mercado laboral continúa mostrando resiliencia, con una tasa de desempleo cercana al 4,2% y una leve mejora en los salarios reales para los trabajadores de menores ingresos. (BLS, 2025; Reuters, 2025).

En materia de comercio exterior, las políticas impulsadas por el gobierno de Trump han generado incertidumbre. La imposición de nuevos aranceles sobre productos provenientes de China, México, Canadá y la Unión Europea ha impactado directamente sobre las cadenas globales de valor. Esta estrategia, orientada a proteger la producción nacional, ha provocado una disminución en las importaciones de bienes como vehículos y productos electrónicos, generando tensiones comerciales con socios clave. Estas medidas también repercuten sobre la inflación y el consumo interno, al elevar los costos para las empresas importadoras y para los consumidores. (White House, 2025; Reuters, 2025)

A pesar de este escenario, el déficit comercial estadounidense ha disminuido en los primeros meses de 2025, principalmente por una caída significativa en las importaciones. Sin embargo, el Fondo Monetario Internacional y otros organismos advierten que las medidas proteccionistas podrían afectar la competitividad global de la economía estadounidense y generar represalias comerciales que alteren los flujos de comercio internacional. (IMF, 2025; Reuters, 2025).

Para los años posteriores, 2026 y 2027, se espera una ligera recuperación del crecimiento económico, con incrementos del PIB proyectados en torno al 1,8% y 2,0%, respectivamente. Estas estimaciones reflejan el impacto continuo de la política monetaria restrictiva y las tensiones

comerciales internacionales que han modificado las cadenas globales de valor. En conjunto, el escenario proyecta un crecimiento económico contenido, donde la Reserva Federal mantiene un enfoque cauteloso para equilibrar la estabilidad de precios con el estímulo al desarrollo económico.

Para países exportadores como Argentina, este contexto representa tanto desafíos como oportunidades. Por un lado, la volatilidad regulatoria y el endurecimiento de las condiciones de ingreso pueden dificultar el acceso al mercado estadounidense. Por otro lado, la posibilidad de establecer acuerdos bilaterales, sumado al interés creciente de consumidores por productos diferenciados y de calidad, puede abrir espacios para sectores como el agroindustrial, (Aceite de oliva).

En conclusión del factor económico, el análisis comparativo de los contextos económicos de Argentina y Estados Unidos revela dos realidades profundamente contrastantes, pero interrelacionadas en términos de comercio internacional. Mientras que Argentina enfrenta desafíos estructurales como una alta inflación, presión fiscal elevada y restricciones cambiarias, ha comenzado a implementar medidas orientadas a estabilizar su macroeconomía, mejorar la competitividad externa y recuperar el equilibrio fiscal. Esta transición, impulsada por el nuevo enfoque del gobierno, si bien implica costos sociales y contractivos en el corto plazo, busca sentar las bases para una inserción más sólida en el mercado global.

Por su parte, la economía estadounidense atraviesa una etapa de crecimiento moderado, influenciada por una política monetaria restrictiva y una agenda comercial proteccionista bajo la administración de Donald Trump. A pesar de las tensiones externas y señales de desaceleración, Estados Unidos mantiene fundamentos económicos robustos, con un mercado laboral resiliente y proyecciones de recuperación gradual a partir de 2026.

Este escenario internacional plantea tanto desafíos como oportunidades para Argentina. La combinación de un entorno interno más previsible, junto con un contexto global en reconfiguración, podría favorecer a sectores exportadores nacionales. No obstante, el acceso a mercados como el

estadounidense estará condicionado por factores como la volatilidad regulatoria, los aranceles y las exigencias de competitividad.

Aspecto social:

El contexto social argentino se caracteriza por una combinación de elementos estructurales que inciden directamente en el entorno económico y empresarial. La población, que supera los 46 millones de habitantes, presenta una alta concentración urbana, con más del 90 % residiendo en ciudades, y una marcada desigualdad territorial en el acceso a servicios básicos y oportunidades laborales. La región del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) concentra gran parte de la actividad económica y demográfica, lo que genera tensiones sociales y demanda de infraestructura.

En materia educativa, Argentina cuenta con un sistema de educación pública gratuito y de amplia cobertura, especialmente en el nivel universitario. Sin embargo, persisten brechas de calidad y vinculación con el mercado laboral, así como una baja tasa de egreso en carreras clave para el desarrollo productivo. Estas limitaciones impactan en la formación de capital humano calificado, especialmente en sectores técnicos y tecnológicos. (INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos). (2023, julio 31).

Uno de los principales desafíos sociales del país es el elevado índice de pobreza, la misma a fines de 2024, se encontraba en un aproximado del 40 % de la población, fenómeno agravado por la inflación y la caída del poder adquisitivo. Esta situación se combina con altos niveles de informalidad laboral, estimados en torno al 45 %, y una significativa dependencia del empleo público en ciertas provincias.

Culturalmente, se destaca una sociedad con fuerte tradición de organización colectiva, alta movilización social y marcada participación sindical. Los hábitos de consumo reflejan una elevada sensibilidad al precio, dada la inestabilidad económica, pero también una creciente tendencia a valorar productos nacionales, saludables o sustentables. (Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2025, marzo 31). Informe sobre pobreza en el segundo semestre de 2024: tasa del 38,1 %).

Por otro lado, Estados Unidos, con una población superior a los 330 millones de habitantes, presenta una estructura social diversa y dinámica. Se trata de una sociedad multicultural, con un importante peso de las minorías étnicas, especialmente las comunidades hispana y asiática, y una creciente proporción de adultos mayores, lo que configura desafíos en términos de salud, empleo y pensiones. La inmigración continúa siendo un factor determinante en el crecimiento poblacional y en la composición del mercado laboral. (U.S. Census Bureau - 2024, diciembre 21 - Oficina del Censo de EE.UU.)

El sistema educativo estadounidense se distingue por su alta inversión en innovación, investigación y desarrollo, aunque también exhibe marcadas desigualdades en el acceso y la calidad educativa entre diferentes regiones y grupos socioeconómicos. A pesar de ello, el país conserva una sólida base de capital humano, con fuerte presencia en sectores intensivos en conocimiento.

Uno de los principales retos es el aumento de la desigualdad económica. La brecha entre los sectores de altos y bajos ingresos se ha profundizado en la última década, lo que afecta el acceso a vivienda, salud y educación, especialmente en zonas urbanas con altos niveles de precarización. Sin embargo, la sociedad estadounidense también se caracteriza por una fuerte orientación al consumo, con una progresiva valoración de aspectos como la sustentabilidad, la responsabilidad social empresarial y el origen ético de los productos. (OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development). 2023).

Los hábitos de consumo reflejan un mercado exigente, digitalizado y dispuesto a pagar más por productos que ofrezcan beneficios diferenciales, como la calidad, la trazabilidad o el impacto ambiental reducido. Estas tendencias abren oportunidades para empresas que logren posicionarse en nichos orientados a la innovación, la salud y el compromiso social.

El análisis del entorno social permite identificar tanto restricciones como oportunidades para el desarrollo de estrategias comerciales en mercados complejos. En Argentina, la persistencia de elevados niveles de pobreza, informalidad y desigualdad territorial limita la capacidad de consumo de amplios sectores de la población.

En contraste, Estados Unidos ofrece un mercado con mayor poder adquisitivo y hábitos de consumo consolidados, aunque también enfrenta tensiones sociales asociadas a la desigualdad y el envejecimiento poblacional. La valorización creciente de criterios sociales, ambientales y éticos en las decisiones de compra, especialmente en segmentos jóvenes y urbanos, demanda una oferta alineada con dichas expectativas.

Comprender estos factores sociales resulta clave para diseñar propuestas comerciales relevantes, sostenibles y culturalmente adecuadas, que logren responder a las particularidades de cada país y a las transformaciones en curso en la sociedad global.

Aspecto tecnológico:

La tecnología tiene un impacto directo en la competitividad y eficiencia de la exportación de productos como el aceite de oliva. En Argentina, el sector agroindustrial ha avanzado significativamente en la incorporación de tecnologías modernas para la producción de aceite de oliva. Los sistemas de extracción de aceite mediante procesos mecánicos y químicos de última generación han permitido alcanzar estándares internacionales de calidad, como los exigidos por la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) de los Estados Unidos. La trazabilidad es otro factor clave; Herramientas digitales permiten registrar y monitorear cada etapa de la producción y distribución, lo que refuerza la confianza de los importadores extranjeros. Sin embargo, estos avances están concentrados principalmente en grandes productores, mientras que pequeños y medianos empresarios enfrentan dificultades para acceder a estas tecnologías debido a los altos costos iniciales y la limitada financiación en el sector. Según informes del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, estas brechas tecnológicas representan un desafío, especialmente para regiones productoras como Córdoba. (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2023)

En términos logísticos, la digitalización de procesos en las aduanas argentinas y la implementación de plataformas como el Sistema Informático Malvina (SIM) han mejorado la eficiencia en la gestión de exportaciones. Estas herramientas permiten agilizar trámites y reducir costos asociados a demoras, lo cual es crucial en productos perecederos o sensibles a condiciones específicas de transporte, como el aceite de oliva. No obstante, la infraestructura tecnológica en algunas zonas rurales sigue siendo

limitada, lo que afecta que exista un buen flujo de demandas internacionales. Según datos del Banco Mundial, menos del 70% de las áreas rurales en Argentina cuentan con acceso adecuado a internet, lo cual podría influir negativamente en la integración de las empresas al comercio internacional.

En cuanto a Estados Unidos, el país se encuentra a la vanguardia en el uso de tecnología aplicada a la importación y comercialización de bienes, y al uso de tecnología en general. Herramientas como sistemas automatizados de procesamiento de datos en puertos y aeropuertos, así como plataformas de inteligencia artificial para predecir demandas del mercado, ofrecen oportunidades únicas para exportadores que se adapten a estas tecnologías. Por ejemplo, el sistema ACE (Automated Commercial Environment), gestionado por el Servicio de Aduanas y Protección Fronteriza (CBP, por sus siglas en inglés), permite la integración de datos de importación/exportación en tiempo real, lo cual simplifica y acelera los procesos de entrada de productos al mercado estadounidense. (Customs and Border Protection - CBP - 2023).

Además, el auge del comercio electrónico en Estados Unidos, con plataformas como Amazon y Walmart liderando las ventas de alimentos y productos gourmet, ha abierto nuevas puertas para productos diferenciados como el aceite de oliva premium, y distintos productos importados, con algún tipo de valor agregado. Sin embargo, esto también implica que los exportadores argentinos y de otros países, deben adaptarse a nuevas tecnologías, optimizar su presencia en redes sociales y garantizar que sus productos cumplan con los requisitos de etiquetado y empaque inteligentes exigidos en ese mercado.

En resumen, la tecnología tanto en Argentina como en Estados Unidos ofrece oportunidades y desafíos en el contexto de la exportación de aceite de oliva. Mientras que Argentina necesita seguir mejorando su infraestructura tecnológica y reducir las desigualdades en el acceso a estas herramientas, Estados Unidos representa un mercado tecnológicamente avanzado que exige altos estándares de calidad, trazabilidad y logística eficiente. Adaptarse a este panorama tecnológico será clave para que la empresa logre un posicionamiento competitivo y sostenible en el mercado optado. (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación Argentina, 2024)

Ecológico:

Argentina enfrenta diversos desafíos ambientales que afectan directamente a su matriz productiva, entre ellos la degradación de suelos, la escasez hídrica en regiones agrícolas, y el impacto del cambio climático en la producción agroindustrial. En zonas como Córdoba, donde se produce aceite de oliva, la variabilidad climática y el estrés hídrico se han intensificado, generando presión sobre los sistemas de riego y la planificación agrícola, sumado a grandes incendios y sequías.

El país ha avanzado en la adopción de normas ambientales y buenas prácticas agrícolas, incluyendo programas de producción sostenible y certificaciones como BPA (Buenas Prácticas Agrícolas), aunque su aplicación es desigual y muchas pymes no acceden fácilmente a estas herramientas. Además, persiste la necesidad de mejorar la gestión de residuos y el uso racional de recursos, especialmente en industrias alimentarias. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Argentina, 2024)

A su vez, Estados Unidos cuenta con estrictas regulaciones ambientales que afectan directamente el comercio internacional, especialmente en productos agroalimentarios. La Agencia de Protección Ambiental (EPA) establece normas exigentes sobre residuos, uso de pesticidas, emisiones de carbono y gestión hídrica, que deben cumplirse incluso por productores extranjeros que deseen ingresar al mercado. (United States Environmental Protection Agency, 2024)

Existe una alta conciencia ambiental entre los consumidores, quienes valoran atributos como el origen sustentable, los envases reciclables y las prácticas de comercio justo. Estas exigencias se traducen en requisitos de certificación (como USDA Organic o Non-GMO Project) y en auditorías ambientales para proveedores.

Tanto Argentina como Estados Unidos presentan escenarios ambientales que impactan en la producción y comercialización de productos como el aceite de oliva, así como sucede en todos los países del mundo. Argentina enfrenta desafíos internos relacionados con el cambio climático, el acceso a tecnología sustentable y la gestión eficiente de recursos naturales. Estados Unidos impone

altos estándares ecológicos a nivel regulatorio y comercial, que representan una barrera para exportadores no adaptados a estos criterios.

Un aspecto cada vez más relevante en materia ambiental es el rol de las empresas importadoras, que no solo evalúan la calidad del producto, sino también las condiciones ecológicas en las que se produce. En mercados exigentes como el estadounidense, es habitual que compradores mayoristas, cadenas de retail o distribuidores especializados en productos gourmet realicen auditorías ambientales a sus proveedores internacionales, o bien exijan certificaciones reconocidas como GlobalG.A.P., USDA Organic o ISO 14001. Esto implica que los productores argentinos deban demostrar prácticas sostenibles, trazabilidad en sus procesos, gestión eficiente de recursos naturales y cumplimiento de normativas ambientales y laborales. La falta de estos requisitos puede representar una barrera para acceder, competir o mantenerse en estos mercados, mientras que su cumplimiento adecuado puede constituir una ventaja competitiva en un entorno cada vez más orientado al consumo responsable. (Instituto de Comercio Internacional y Sostenibilidad, 2024)

Fincas de Cruz del Eje debe alinearse con prácticas sostenibles, certificaciones ambientales y gestión responsable del agua y energía. Es una condición clave para consolidarse en mercados exigentes, puntualmente Estados Unidos. (USDA - United States Department of Agriculture).

Legal:

El entorno legal en el país de origen escogido, para la actividad exportadora, está atravesado por una estructura normativa compleja, caracterizada por una elevada carga tributaria, regulaciones cambiantes y frecuentes modificaciones en materia aduanera. Las empresas exportadoras, como las del sector agroalimentario, deben cumplir con normativas específicas, entre ellas la Ley de Procedimiento Aduanero (Ley 22.415), el Código Alimentario Argentino, las resoluciones del SENASA, y las normativas sanitarias y de etiquetado para alimentos de exportación. (SENASA, 2024).

Además, existen Derechos de Exportación (retenciones) que impactan directamente en la rentabilidad, aunque en el caso del aceite de oliva suelen tener alícuotas más bajas o exenciones, en

función del destino o tipo de producto. También es relevante la resolución general de AFIP N.º 2750, que regula la registración de exportadores y el uso del Sistema Informático Malvina (SIM; AFIP, 2024).

Las barreras legales incluyen también las limitaciones para acceder al mercado de divisas (cepo cambiario) y controles vinculados a la liquidación de divisas, lo cual puede dificultar la planificación financiera del comercio exterior. Si bien el gobierno argentino ha planteado reformas para simplificar el sistema tributario y eliminar trabas a las exportaciones, muchas de estas medidas están en proceso o dependen de la estabilidad macroeconómica. Lo que ha ocurrido es una desregulación parcial y progresiva del mercado cambiario, con una reducción de restricciones para ciertos sectores, pero aún persisten controles relevantes, especialmente para la liquidación de exportaciones y el acceso al Mercado Único y Libre de Cambios (MULC). (MULC) (AFIP, 2024). (USDA, 2024).

El marco legal de importación en Estados Unidos se rige por un conjunto de normas que priorizan la seguridad alimentaria, la trazabilidad y la transparencia comercial. Para productos alimenticios, como el aceite de oliva, los organismos clave son: Food and Drug Administration (FDA) y el U.S. Customs and Border Protection (CBP), los cuales exigen:

- Registro previo de establecimientos exportadores ante la FDA.
- Cumplimiento del sistema FSMA (Food Safety Modernization Act), que establece planes preventivos de inocuidad.
- Etiquetado en inglés conforme a la legislación de alimentos (Nutrition Labeling and Education Act).
- Trazabilidad de origen y documentación sanitaria completa.

Además, el sistema ACE (Automated Commercial Environment) centraliza todos los trámites aduaneros y facilita el control del cumplimiento normativo de cada operación. Para productos orgánicos, también es obligatoria la certificación USDA Organic, si se desea ingresar a ese segmento del mercado. (U.S. Customs and Border Protection, s.f., 14 de Julio de 2025).

El entorno legal estadounidense es riguroso, pero previsible y estable, lo que facilita la planificación comercial siempre que el exportador se adapte a sus requerimientos normativos.

En conclusión, desde el punto de vista legal, el comercio internacional de productos agroalimentarios como el aceite de oliva enfrenta escenarios contrastantes. En Argentina, el marco jurídico presenta un entorno tributario y cambiario restrictivo, con alta carga administrativa y regulaciones dinámicas, lo que genera incertidumbre operativa. Por otro lado, Estados Unidos ofrece un marco legal más estable y claro, aunque con altas exigencias técnicas y sanitarias, especialmente en lo que respecta a la trazabilidad, etiquetado y seguridad alimentaria.

Para empresas exportadoras argentinas, adaptarse al entorno legal estadounidense implica no solo cumplir con normas internacionales, sino también fortalecer la gestión documental, sanitaria y logística. A su vez, resulta clave avanzar en la simplificación del marco legal nacional para reducir barreras internas y mejorar la competitividad en mercados externos.

CAPÍTULO 3: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL PRODUCTO

Introducción:

El presente capítulo tiene como propósito desarrollar un diagnóstico situacional del producto, para entender la posición actual en el mercado, con especial foco en Estados Unidos.

Como herramienta principal para el análisis, se incorporará el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter, con el objetivo de examinar la estructura del mercado destino. Esta herramienta permite identificar las presiones externas que enfrenta un nuevo oferente al ingresar al sector, evaluando la intensidad de la rivalidad entre competidores, la amenaza de nuevos entrantes, la presencia de productos sustitutos, y el poder de negociación tanto de proveedores como de compradores. A partir de esta evaluación, se espera obtener una comprensión más clara del entorno competitivo y de las oportunidades reales para posicionar el producto argentino.

Complementariamente, se adopta como sustento metodológico el enfoque propuesto en la obra Investigación de Mercados Internacionales, de Keegan y Green, que proporciona herramientas conceptuales para el estudio de mercados globales, el análisis del comportamiento del consumidor internacional y la identificación de variables claves que condicionan el ingreso y desarrollo de productos en destinos externos. Este marco permite abordar de manera estructurada los factores culturales, comerciales y competitivos que influyen directamente en las decisiones de exportación.

Microentorno / Análisis de la industria

5 Fuerzas de Porter

Para analizar el microentorno, donde se comercializa el aceite de oliva, se evalúan los distintos elementos de la industria; Los competidores directos, proveedores, clientes o consumidores, amenazas de nuevos entrantes y productos sustitutos.

El modelo de las 5 Fuerzas de Porter es estratégico para realizar el análisis y permite evaluar el producto dentro de una industria, como también determinar la intensidad de la competencia y, por ende, la capacidad de las empresas de obtener beneficios en el mercado.

1. Negociación con “proveedores directos e indirectos”:

En el caso de Fincas de Cruz del Eje, los proveedores están asociados con la materia prima principalmente, productores de aceitunas, ya que más allá de lo que ellos utilizan de producción propia, trabajan también con productores locales. Asimismo proveedores de envasado y embalaje: Packaging (botellas de vidrio o Pet); Etiquetas autoadhesivas; Cajas de carton para empaque secundario, envases para muestras de exportación, insumos para limpieza y esterilización, materiales de laboratorio (para controlar calidad dentro de la empresa), proveedores de maquinaria y tecnología, de transporte interno, entre otros.

El poder de negociación de estos proveedores varía según la disponibilidad en el mercado, es importante la buena comunicación, relación y cumplimiento con los mismos. Además, en un mercado competitivo como el que se está trabajando, establecer relaciones estratégicas y de largo plazo con

proveedores confiables resulta fundamental para reducir costos, garantizar la calidad del producto y cumplir con las exigencias de los mercados.

Fincas prioriza trabajar con aliados estratégicos que compartan su compromiso con la sostenibilidad, como tecnologías de riego eficientes, lo que refuerza el valor de su producto en mercados internacionales sensibles a estas cuestiones. Además, la implementación de tecnología avanzada, como maquinaria de última generación y sistemas de control de calidad, son proveedores clave para garantizar estándares internacionales, fortaleciendo su competitividad.

Para minimizar riesgos, es fundamental diversificar las relaciones con proveedores y evaluar constantemente nuevas opciones.

2. Rivalidad de competidores existentes:

Tal como se indicó en el Capítulo 1 del presente trabajo, la rivalidad entre competidores en la industria del aceite de oliva es alta, particularmente debido a la presencia de grandes productores consolidados en países como España, Italia, Portugal y Grecia, que dominan la oferta mundial. Si bien la diferenciación basada en la calidad, certificaciones o características únicas del producto puede ser una ventaja, en muchos casos los competidores recurren a estrategias de precios, intensificando la competencia, además de ya contar con productos de calidad destacada.

3. Amenaza de Nuevos Entrantes:

Factores como la necesidad de realizar inversiones iniciales significativas en infraestructura, la competencia por obtener certificaciones internacionales de calidad y la consolidación de actores ya establecidos con economías de escala dificultan la entrada de nuevos competidores. Además, el posicionamiento de marcas reconocidas y la diferenciación basada en la calidad y las características únicas del producto reducen aún más el atractivo del mercado para nuevos participantes.

Existen distintos factores que generan una moderada amenaza de nuevos entrantes. Entre ellos los altos costos de inversión inicial, el tiempo necesario para que los olivares alcancen su

máxima productividad y la complejidad de cumplir con normativas y certificaciones internacionales dificultan el ingreso de nuevos competidores. Además, los actores consolidados cuentan con canales de distribución establecidos y una reputación de marca que refuerza su posición competitiva. Sin embargo, los nuevos entrantes que logren innovar, diferenciarse o alinearse con las tendencias sostenibles y éticas pueden encontrar oportunidades en segmentos de nicho en mercados internacionales. (Consejo Oleícola Internacional, 2024).

4. Poder de Negociación de los Clientes:

Los clientes en la industria del aceite de oliva, especialmente en el mercado internacional, poseen un alto poder de negociación debido a su acceso a una amplia variedad de proveedores y su sensibilidad a los precios. Esto es particularmente evidente en segmentos no premium, donde el precio suele ser el factor decisivo. Además, la consolidación de grandes compradores, como supermercados y distribuidores internacionales, aumenta su capacidad para exigir condiciones más favorables, lo que plantea un desafío para productores de menor escala.

Los importadores del mercado Estadounidense van a tener que evaluar distintos puntos importantes a la hora de elegir el exportador / Proveedor, y dado que existe una oferta abundante por parte de los países productores, esto genera que exista mayor competencia por parte de los oferentes. Teniendo en cuenta aspectos que van a destacar o no al producto. Principalmente su calidad, en este punto se valoran enormemente certificaciones de calidad, como el sello USDA Organic, Non-GMO Project Verified o denominaciones de origen. Una vez evaluada la calidad del producto, resulta clave comprender las prácticas de negociación del país destino y establecer vínculos basados en el respeto y la buena comunicación. Los clientes en EEUU, valoran el ser directos y claros, la transparencia y el enfoque a resultados. Es importante enfocarse en datos y beneficios, respaldadas las propuestas por métricas claras y estudios de mercado que respalden su aceptación en ese país.

Otro foco importante es poder cumplir con los plazos establecidos, puntualidad y todos aquellos factores que fortalezcan la relación comercial.

Existen distintas formas de ofrecer valor agregado, generando una mayor conexión y demostrando un entendimiento profundo en el mercado.

Concluyendo con esta fuerza, es importante destacar en un sector tan competitivo. En donde muchos países, cuentan con un producto de calidad. Tener las certificaciones correspondientes, un producto de calidad, saber negociar y cumplir con lo establecido.

5. Amenaza de Productos Sustitutos:

La amenaza de productos sustitutos en la industria se debe especialmente a la amplia disponibilidad de otros aceites vegetales, como el de girasol, canola, soja y coco, que son más económicos y accesibles. En el mercado estadounidense, el aceite de oliva también compite con grasas tradicionales como la mantequilla, el aguacate y con productos gourmet emergentes como el ghee y el aceite de aguacate. Si bien el aceite de oliva posee un reconocimiento por sus beneficios para la salud y su calidad superior, factores como el precio y las preferencias culturales pueden llevar a los consumidores a optar por alternativas más económicas o adaptadas a sus necesidades específicas. Para mitigar esta amenaza, es fundamental educar al consumidor sobre los beneficios únicos del aceite de oliva, desarrollar productos diferenciados que respondan a las tendencias del mercado y adoptar estrategias de precio que equilibren la percepción de calidad con la accesibilidad. (Consainsights.com, 2025; FinmodelsLab, 2025).

CAPÍTULO 4: PLAN DE EXPORTACIÓN

Introducción:

Este último capítulo, y quizá el más importante, tiene como finalidad desarrollar un plan de exportación integral para la empresa Fincas de Cruz del Eje, orientado al ingreso de su aceite de oliva al mercado de Estados Unidos. Luego de realizar un diagnóstico estratégico mediante herramientas como el análisis FODA, la matriz ICE, el modelo PESTEL y las Cinco Fuerzas de Porter, guiado también por lineamientos metodológicos de autores como *Keegan y Green* (“*Global Marketing*”); *Wendell R. Smith* (“*Segmentación de mercado*”); Se avanza ahora hacia la formulación concreta de un plan que articule dichos modelos con una estrategia de acción viable y sostenida en el tiempo.

Para ello, se adopta como estructura metodológica el modelo propuesto por *Leeman J. (2021)* en su obra *Export Planning: A 10-step approach*, el cual ofrece una guía práctica y secuencial para planificar el proceso exportador. Este modelo se compone de cuatro fases (política, auditoría, planificación e implementación), desarrolladas a través de diez pasos clave que abarcan desde la evaluación de capacidades internas hasta la ejecución operativa del plan. Además, incorpora los denominados 5 P’s: Producto, desempeño, partners, personas y perseverancia, como pilares estratégicos para lograr una inserción competitiva y sostenible en mercados internacionales.

A partir de este enfoque, el capítulo propone definir los objetivos comerciales, seleccionar los canales de entrada, estructurar el marketing mix internacional y establecer los aspectos logísticos, financieros y regulatorios necesarios para operar en el mercado estadounidense. Se busca así convertir el diagnóstico previo en un plan de acción concreto, alineado con la realidad operativa de la empresa y con las exigencias del mercado de destino.

Modelo de Leeman J. (2021): Estrategia efectiva de exportación:

FASE 1: Export Policy - Política de exportación

Paso 1: Descripción de la empresa y visión internacional

Fincas de Cruz del Eje es una empresa argentina ubicada en la provincia de Córdoba. Cuenta con producción propia de olivares, complementada con materia prima proveniente de productores cercanos. Además, procesa en planta propia, encargándose desde la recolección y clasificación de aceitunas hasta el almacenamiento y la distribución, pasando por distintas etapas, como: El lavado, la molienda (triturado), el batido (malaxado), extracción, filtrado y envasado.

Actualmente distribuye a grandes cadenas de supermercados, a lo largo de Argentina. Esto indica la capacidad productiva y el compromiso de venta y cumplimiento, un punto no menor en el comercio internacional. La dirección de Fincas, se planteó hace unos años poder comercializar con otros países, es por eso que su objetivo ahora se vincula a desarrollar un plan estratégico para poder alcanzar otros mercados. Si bien la empresa ya ha exportado a Brasil, se trató de una exportación puntual, realizada sin un plan que respalde futuras operaciones.

Se eligió Estados Unidos, como mercado destino, debido al alto consumo de aceite de oliva que se fue instalando en este último tiempo, a raíz de la mejora en la dieta occidental, convirtiéndose en el segundo importador a nivel mundial.

La calidad del aceite desarrollada por la empresa, es excelente, destacada por distintos premios y reflejada en los análisis de calidad, fisicoquímicos, sensoriales y microbiológicos.

FASE 2: Análisis - Export Audit (Auditoría Exportadora)

Esta fase representa un paso fundamental en el proceso de exportación, orientado a evaluar de manera integral la capacidad y preparación de la empresa para operar en el mercado internacional. Esta auditoría permite identificar riesgos y oportunidades en aspectos clave como procesos productivos, cumplimiento normativo, calidad del producto, precio y capacidad logística.

A continuación, se analiza tanto el entorno macro como micro, no solo a nivel empresarial, sino también considerando los países involucrados (Argentina y Estados Unidos), con un enfoque centrado específicamente en el producto.

Fincas de Cruz del Eje, está posicionada hace años en el mercado nacional, como primer paso para acceder al mercado internacional, es importante que cuente con un departamento de comercio exterior, o como se mencionó en algún apartado de arriba, tercerizar el sector, a través de un broker o trader. Luego de consolidar el departamento, se hace una evaluación interna, y se proyecta un plan estratégico para la inserción en destino.

Sabiendo cómo se desarrolla la producción, cuál es la calidad del producto, los costos, y también el precio final, es decir el de venta, se plantea un enfoque competitivo para alcanzar o superar el nivel de quienes ya se encuentran comercializando en Estados Unidos. Luego comienza la búsqueda de potenciales clientes, se negocia y se llega a un acuerdo entre partes.

3. Producto a exportar:

Aceite de oliva virgen extra: 1509.20.00.

Desglose del NCM:

15: GRASAS Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO;
GRASAS ALIMENTICIAS ELABORADAS; CERAS DE ORIGEN ANIMAL O VEGETAL.

15.09: ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR
QUÍMICAMENTE.

1509.20.00: ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA.

Aspectos técnicos (Acidez); Envasado; Precio.

Figura 14

El Consejo Oleícola Internacional (COI) clasifica los aceites por su acidez en tres categorías:

Tipificación	Acidez
Virgen extra	Hasta 0,8%
Virgen	Desde 0,8% hasta 2%
Oliva corriente	Desde 2% hasta 3,3%

La figura muestra como el tipo de aceite de oliva, se puede dividir en tres categorías dependiendo de su acidez. La empresa trabaja con 2 marcas:

“El Federal”: Es un aceite virgen; según el COI. Con una acidez de 1%. Elaborado con aceitunas maduras, negras. Con un sabor intenso, frutado y con un color verde oliva fuerte. Tradicional en Italia, Brasil y Argentina. Se comercializa en botellas de 250ml, 500 ml y hasta 5000 cc (En envase PET).

“Fincas de Cruz del Eje”: Este, con una acidez de 0.5% (Ac. Oleico), se ubica en Aceite de oliva virgen extra. Blend de color ambar, con suave frutado, prominente sabor herbal, picante y amargo coincide con los atributos positivos de un excelente virgen extra. Dado que se trata del aceite de mayor calidad de la empresa, el trabajo centrará su análisis en este producto.

El mismo se vende en Argentina en botellas de vidrio y pet. Los envases van de 250 ml a 5000 cc.

Figura 15



Botella de 500ml - Envase de vidrio.

Botella de 500ml - Envase de pet.

Las botellas que la empresa prevé lanzar al mercado exterior inicialmente serán de 500 ml - Pet. Las etiquetas deben cumplir los requerimientos exigidos por el FDA, entre ellos información nutricional. (García Gil, 26 de marzo de 2024).

Se estableció un precio de venta para el producto considerando los costos de envasado, etiquetado, costos variables y fijos de la empresa, gastos del departamento de comercio exterior, impuestos, entre otros. Se optó por el incoterm FCA Cruz del Eje, lo que implica que la empresa no asume la responsabilidad del flete internacional ni del seguro.

PRODUCTO	ENVASE	MARCA	PRECIO FCA	CAJAS POR PALLET	U/POR CAJA
AOVE Blend x 500ml	Pet	Fincas de Cruz del Eje	usd 3,10	100	12

Incoterm: FCA Cruz del Eje.

Siendo el precio unitario por botella, de usd 3,10; el precio por tonelada actual se encuentra en unos usd 6.739,4.-

El cálculo se obtiene de calcular la cantidad de botellas que son una tonelada. Entonces, 2.174 botellas de 500 ml, son: 1.000,04 kilogramos = 1 tonelada (Aprox).

4. Selección de mercado objetivo y diagnóstico situacional del producto en el país:

El mercado objetivo es Estados Unidos, donde existe una alta demanda de aceite de oliva, pero también una fuerte competencia. Países como España, Portugal y Grecia abastecen este mercado con productos de excelente calidad, a precios competitivos y con una logística internacional más económica y eficiente en comparación con la argentina.

La producción española de aceite de oliva tiene un impacto directo en el comercio internacional. En años de sequía o mala cosecha, disminuye la oferta global y suben los precios. Cuando España tiene una excelente cosecha, aumenta la competencia y los precios tienden a bajar, dificultando el posicionamiento de productores de menor escala.

La siguiente tabla presenta ejemplos de precios de aceite de oliva en botellas de 500 ml comercializadas en supermercados de Estados Unidos. Material: Vidrio y Pet.

PRODUCTO	ENVASE	MARCA	PRECIO CF
AOVE x 500ml	Vidrio	Lucini	usd 20
AOVE x 500ml	Vidrio	Colavita	usd 15,49
AOVE x 500ml	Pet	Pompeian	usd 19,49

5. Identificación de potenciales clientes:

Esta tarea requiere tiempo y se desarrolla a través de diversos canales.

- **Ferias internacionales:** Participar en eventos y ferias comerciales (World olive oil exhibition; Expoliva; Gulfood; Etc), donde se generan networkings, y vínculos que facilitan o apoyan las operaciones comerciales. (World Olive Oil Exhibition, 2025; Expoliva, 2025; Gulfood, 2025).
- **Redes de contactos:** A través de distintas plataformas, y herramientas tecnológicas, como: Global sources, Export Hub, linkedin, entre otras. (Global Sources, 2025; ExportHub, 2025; LinkedIn, 2025).
- **Base de datos y directorios de importadores:** Muestran lo que importa y exporta cada empresa, la frecuencia, cantidad, el proveedor, y otros datos relevantes que ayudan a identificar oportunidades comerciales, analizar la competencia y tomar decisiones estratégicas al seleccionar posibles compradores internacionales. Una buena herramienta de estas es Softrade, un software ERP especializado, que forma parte de las herramientas operativas de empresas de comercio exterior. (Softrade, 2025; ImportGenius, 2025; Panjiva, 2025).

6. Análisis de precios y estructura de costos:

Para llevar adelante un proceso de internacionalización, se requiere una estructura sólida en conocimientos y herramientas técnicas específicas del comercio internacional. La empresa ya cuenta con un desglose de costos asociados a la producción, incluyendo materia prima, mano de obra, fertilizantes, agroquímicos, mantenimiento del olivar, cosecha, procesamiento, así como también costos logísticos, comerciales, fijos, estructurales y financieros, actualmente utilizados para la comercialización en el mercado local. En el Anexo IV se presentan estos costos junto con un presupuesto adaptado para llevar a cabo la exportación.

7. Planificación logística y operativa:

Para el presente trabajo, se estableció precio *FCA Córdoba*, lo que quiere decir que el exportador debe poner la mercadería a disposición del transportista designado por el comprador, en planta u otro

lugar convenido, como el puerto de embarque o depósito fiscal, asumiendo, “*Fincas de Cruz del Eje*”, el costo del flete interno.

En caso de que en el futuro se opte por una venta bajo términos CIF o CFR, es fundamental ambos incluyen el costo del flete internacional, y que específicamente en el CIF se incorpora además el seguro internacional. Lo que vuelve más completa la operación.

El envío internacional marítimo de contenedores desde Argentina a Estados Unidos, demora aproximadamente entre 20 a 45 días o más. Los costos van a depender del puerto destino. A continuación se detalla un aproximado de los costos marítimos desde el puerto de origen: Buenos Aires hasta destino: Estados Unidos, considerando distintos puertos y teniendo en cuenta que se hace a través de un agente de carga o freight forwarder.

Referencia de flete interno / nacional - Desde Córdoba hasta Puerto de Buenos Aires.

TRAYECTO	CONTENEDOR	COSTO USD (Aprox.)
Córdoba - Pto de Buenos Aires	20 pies / Camion	1.100–1.300

Fuente: Estimación basada en datos de BCR (2024) y referencias de costos de flete terrestre nacional publicados por Los Andes (2023) y casos comparables de la ruta Mendoza–Buenos Aires.

PTO. ORIGEN	PTO. DESTINO	TIPO DE CONTENEDOR	COSTO APROXIMADO (USD)
Buenos Aires	Nueva York	20 pies	2.343
Buenos Aires	Los Ángeles	20 pies	2.189
Buenos Aires	Seattle	40 pies	4.264
Buenos Aires	Savannah	20 pies	1.085

Fuente: Tarifas promedio estimadas a partir de datos de Freights (2024), SeaRates (2024), Container xChange (2024) y Maersk (2024). Valores referenciales.

8. Implementación del plan de exportación

Dentro del plan se tiene que considerar todo lo que se viene mencionando a lo largo del trabajo. A continuación un detalle preciso del plan para que pueda ser exitoso.

1. Ajustes finales de producción y calidad
 - Asegurar que el aceite de oliva cumpla con los requisitos del mercado estadounidense (FDA, normas de etiquetado, calidad y contenido).
 - Estandarizar envases, etiquetas y lotes de producción.
2. Establecer los costos de producción y exportación, para luego establecer el precio internacional.
3. Gestión documental y legal - Anexo V
 - Tramitar el registro como exportador ante la Aduana argentina.
 - Traducción del sitio web de la empresa al inglés, para que tenga accesibilidad a clientes en el exterior.
 - Generar todo el material de comercio internacional, a nombre de "Fincas de Cruz del Eje". Incluye documentos como: Packing List; Weight and quality certificate; Proforma invoice; Invoice. En caso de trabajar con broker/trader, algún contrato de intermediación comercial.
 - Obtener certificados exigidos (certificación orgánica, análisis de laboratorio, certificados fitosanitarios o de libre venta, entre otros), y certificaciones necesarias para el ingreso en destino.
 - Contratar una póliza de seguro para la carga, solo en el caso que sea CIF (flete con seguro internacional) o seguro de crédito a la exportación. Esta última es importante considerarla por lo menos en primeras operaciones, ya que cubre el riesgo de impago por parte del comprador internacional/importador, pudiendo cumplir la insolvencia del cliente, incumplimiento del pago, debido a riesgos políticos (guerras, bloqueo de divisas, etc).
4. Búsqueda de clientes, envío de muestras y negociación

La búsqueda de clientes internacionales constituye una etapa clave en el proceso de exportación.

Para ello, la empresa puede valerse de distintas herramientas, como la participación en ferias

internacionales, el uso de plataformas B2B, la vinculación con cámaras de comercio binacionales, o bien mediante brokers y agentes comerciales. Una vez identificados los potenciales compradores, se inicia la etapa de contacto directo, negociación, donde se definen aspectos esenciales como el precio, la calidad requerida, envío de muestras, volúmenes, los plazos de entrega, el Incoterm a utilizar, y las condiciones de pago. La correcta gestión de esta etapa es fundamental para generar relaciones comerciales sostenibles y confiables, especialmente cuando se trata de un nuevo mercado.

5. Negociación y firma de contratos con clientes internacionales

- Establecer términos de venta internacionales (Incoterms), forma de pago (ej. carta de crédito o transferencia bancaria), volúmenes y frecuencias.
- Firmar contratos de compraventa con importadores o distribuidores.

6. Selección y contratación del agente de carga (freight forwarder)

Este punto solo se considera en caso de acordar con el importador un incoterm que sea CIF/CFR.

Entonces en este caso, es importante:

- Confirmar el servicio con un agente de carga que gestione el transporte internacional.
- Coordinar la logística: Retiro de la carga, transporte al puerto de Buenos Aires, reserva del contenedor, envío a destino.

7. Negociación y firma de contratos con clientes internacionales

- Establecer términos de venta internacionales (Incoterms), forma de pago (ej. carta de crédito o transferencia bancaria), volúmenes y frecuencias.
- Firmar contratos de compraventa con importadores o distribuidores, en caso de una exportación directa sin intermediación.
- De existir un broker / trader, firmar un contrato de intermediación, que respalde las condiciones de su participación, defina sus responsabilidades, alcance de sus funciones, porcentajes, forma de pago, entre otros.

8. Ejecución de la exportación

- Realizar el despacho aduanero de exportación, a través de un despachante, encargado de gestionar y coordinar todos los trámites aduaneros necesarios para la legalización y despacho de la exportación del aceite de oliva.
- Ejecución de la documentación al comprador (factura, BL, certificados, etc.).

9. Seguimiento post-venta y control

- Realizar seguimiento del envío hasta la llegada a destino.
- Evaluar la satisfacción del cliente y posibles ajustes para futuros envíos.
- Registrar los costos reales y comparar con los previstos para hacer ajustes al plan.

10. Feedback y mejora continua

Luego de realizada la primera exportación, se considera importante:

- Analizar los resultados obtenidos (ventas, márgenes, plazos, incidencias).
- Ajustar el plan de exportación para próximos embarques, generando mejoras constantemente.

Para la retroalimentación de la empresa, son clave los KPIs (Key Performance Indicators):

1. KPI de planificación y preparación:

- **Evaluación interna:** Nivel de cumplimiento de requisitos legales, logísticos y financieros.
- **Investigación de mercado:** Número de clientes potenciales identificados en EE.UU.
- **Estrategia comercial:** Porcentaje de distribuidores e importadores contactados que expresaron interés.

2. KPIs de validación inicial:

- **Pruebas piloto:** Envío de muestras. Primeras reuniones y negociaciones con los potenciales clientes.
- **Recepción del mercado:** Feedback obtenido de las primeras reuniones con distribuidores o clientes.

3. KPIs de desarrollo:

- **Eficiencia operativa:** Cantidad de reuniones o cotizaciones cerradas dentro de los primeros 6 meses.
- **Construcción de relaciones:** Tasa de conversión de leads a acuerdos comerciales.

Los indicadores, buscan:

- **Evitar desviaciones:** Mantenerse enfocado en las prioridades.
- **Medir la preparación:** Identificar áreas que haya que fortalecer antes de comprometerse con envíos.
- **Generar métricas iniciales:** Sirven como punto de comparación cuando las operaciones están avanzadas.

Es importante la revisión periódica: Cada trimestre evaluar los resultados, ajustando las estrategias según las condiciones del mercado y las necesidades de los clientes. Además cobra importancia a la hora de ver el estado en que se encuentra la empresa, y los avances.

Cronograma de actividades para llevar a cabo la exportación - "Fincas de Cruz del Eje"

El cronograma se dividió en 2 partes con el objetivo de mejorar la visualización y comprensión de las actividades, evitando una tabla demasiado extensa en formato horizontal. La primera parte abarca etapas de preparación y planificación (Semana 1 a 7), mientras que la segunda comprende la ejecución, exportación y seguimiento (semanas 8 a 15). De esta forma, se permite presentar el contenido de manera más ordenada y legible.

Semanas

ACTIVIDAD	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
Evaluación interna de la empresa (capacidad productiva, financiera, etc.)							
Registro y requisitos legales de exportación (SENASA, AFIP, etc.)							
Adecuación del producto (etiquetado, certificaciones, documentación, etc.)							
Desarrollo de la estrategia comercial y búsqueda de compradores							
Preparación logística y contratación de freight forwarder							
Negociación y firma del contrato de exportación							

ACTIVIDAD	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15
Producción y acondicionamiento del lote para exportación								
Exportación (envío físico + documentación aduanera)								
Seguimiento del envío y posventa								
Evaluación y ajustes para futuras exportaciones								

Conclusión:

El presente trabajo permite evaluar de manera integral la factibilidad de exportar el aceite de oliva extra virgen (AOVE) producido por Fincas de Cruz del Eje, identificando fortalezas, oportunidades, desafíos y condiciones necesarias para su inserción en el mercado de Estados Unidos. A partir del análisis de la capacidad exportadora de la empresa, el entorno macroeconómico de ambos países, un diagnóstico situacional riguroso y la formulación de un plan de exportación, se concluye que existen oportunidades concretas para avanzar hacia la exportación, siempre que se lleven a cabo adecuaciones estratégicas, técnicas y operativas. Si bien la empresa aún no ha incursionado en mercados internacionales de manera sostenida, cuenta con atributos diferenciales como la calidad del

producto, certificaciones relevantes y un compromiso con la sostenibilidad. En un contexto global que valora productos saludables y trazables, como el aceite de oliva, Fincas de Cruz del Eje posee el potencial para posicionarse en nichos específicos del mercado estadounidense, contribuyendo además al desarrollo regional.

Bibliografía:

EL PAÍS Argentina. (2024). *Milei y el secretario del Tesoro abren el diálogo sobre un acuerdo de comercio recíproco.*

<https://elpais.com/argentina/milei-y-el-secretario-del-tesoro-abren-el-dialogo-sobre-un-acuerdo-de-comercio-reciproco>

Perfil. (2024). *The Economist analizó el gobierno de Javier Milei tras la salida del cepo cambiario.*

<https://perfil.com/economia/the-economist-analizo-el-gobierno-de-javier-milei-tras-la-salida-del-cepo-cambiario>

Argentina.gob.ar. (2023). *Portal de Certificación Fitosanitaria de Exportación.*

<https://argentina.gob.ar/portal-certificacion-fitosanitaria-exportacion>

Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI). (2023). *Organismo de Certificación.*

<https://inti.gob.ar/organismo-certificacion>

Green Light Business Importaciones. (2023). *Las 10 certificaciones esenciales para exportar a Estados Unidos con éxito.*

<https://greenlightbusinessimportaciones.com/las-10-certificaciones-esenciales-para-exportar-a-estados-unidos>

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. (2023). *Etiquetado y envasado de alimentos: Guía fundamental.* <https://www.magyp.gob.ar/etiquetado-ensado-alimentos-guia>

Revista Olivares. (2023). *Estados Unidos sacude el mercado del aceite de oliva: ya es el segundo mayor consumidor mundial y puede cambiarlo todo.*

<https://revistaolivares.com/estados-unidos-segundo-consumidor-aceite-oliva>

International Olive Council. (2025). *Estadísticas del sector oleícola – abril/mayo 2025.*

<https://www.internationaloliveoil.org/estudios-y-estadisticas/estadisticas-del-sector-oleicola>

Fincas de Cruz del Eje. (2024). *Información institucional y producción olivícola.*

<https://www.fincasdecruzdeleje.com/lafinca/>

Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de Argentina. (2025). *Intercambio comercial argentino – Año 2024* [Versión en español].

<https://cancilleria.gob.ar/es/cei/actualidad/intercambio-comercial-argentino-ano-2024>

Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de Argentina. (2025). *Argentine trade exchange year 2024* [English version].

<https://cancilleria.gob.ar/en/cie/news/argentine-trade-exchange-year-2024>

Datamar News. (2025). *Argentina lost 1.55 billion in 2024 due to declining export prices.*

<https://www.datamarnews.com/noticias/argentina-lost-1-55-billion-in-2024-due-to-declining-export-prices/>

Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de Argentina. (2025). *Análisis del comercio de bienes de la Argentina en 2024.*

<https://cancilleria.gob.ar/es/cei/actualidad/analisis-del-comercio-de-bienes-de-la-argentina-en-2024>

Aduana News. (2025). *Argentina registró un superávit comercial récord en 2024 alcanzando los USD 1.666 millones en diciembre.*

<https://aduananews.com/argentina-registro-un-superavit-comercial-record-en-2024-alcanzando-los-usd-1-666-millones-en-diciembre/>

Infobae. (2025). *Los exportadores aceleran la liquidación de dólares antes de la suba de las retenciones.*

<https://www.infobae.com/economia/los-exportadores-aceleran-la-liquidacion-de-dolares-antes-de-la-suba-de-las-retenciones/>

Dolarito.ar. (2025). *Brechas cambiarias históricas del dólar.*

<https://dolarito.ar/brechas-cambiarias-historicas-del-dolar>

Infobae. (2025). *Milei les dijo a las entidades del campo que las retenciones “están en la mira”, pero por ahora no puede eliminarlas.*

<https://www.infobae.com/economia/2025/04/01/milei-les-dijo-a-las-entidades-del-campo-que-las-retenciones-estan-en-la-mira-pero-por-ahora-no-puede-eliminarlas/>

El Cronista. (2025). *Los impuestos que modificó o bajó Milei y cuáles tiene bajo la lupa para 2025.*

<https://www.cronista.com/economia-politica/los-impuestos-que-modifico-o-bajo-milei-y-cuales-tiene-bajo-la-lupa-para-2025/>

Política y Economía. (2025). *Baja de retenciones: cómo quedan las alícuotas y cuál fue la reacción de las entidades del campo.*

<https://politicayeconomia.com/baja-de-retenciones-como-quedan-las-alicuotas-y-cual-fue-la-reaccion-de-las-entidades-del-campo/>

Newsweek Argentina. (2025). *El Gobierno oficializa la baja de retenciones: detalles y efectos de la medida.*

<https://newsweekargentina.com/el-gobierno-oficializa-la-baja-de-retenciones-detalles-y-efectos/>

Infobae. (2025). *Argentina y EEUU aceleran la negociación por los aranceles, mientras se aguarda la decisión final de Trump.*

<https://www.infobae.com/america/argentina/2025/04/10/argentina-y-eeuu-aceleran-la-negociacion-por-los-aranceles-mientras-se-aguarda-la-decision-final-de-trump/>

Reuters. (2025, abril 1). *Argentina pursues trade deal with Washington as Trump tariffs loom.*

<https://www.reuters.com/world/americas/argentina-pursues-trade-deal-washington-trump-tariffs-loom-2025-04-01/>

Office of the United States Trade Representative (USTR). (2024, junio). *Joint statement on the fourth meeting of the United States-Argentina Council on Trade and Investment.*

<https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/press-releases/2024/june/joint-statement-fourth-meeting-united-states-argentina-council-trade-and-investment>

Reuters. (2025, abril 14). *Argentina trade updates.*

<https://www.reuters.com/latam/negocio/6HDZAG5ERBKZZMO7F4JW4KHESQ-2025-04-14/>

International Olive Council. (2025, enero). *Estadísticas del sector oleícola.*

<https://www.internationaloliveoil.org/estadisticas-del-sector-oleicola-enero-2025>

Aceite del Campo. (2024). *Auge imparable del consumo de aceite de oliva en Estados Unidos.*

<https://aceitedelcampo.com/auge-consumo-aceite-oliva-usa>

Poolred. (2025). *Análisis del mercado del aceite de oliva en 2025: producción, precios, demanda y comercio.* <https://poolred.com/analisis-mercado-aceite-oliva-2025>

Poolred. (2025). *Precios de aceite de oliva en tiempo real.*

<https://poolred.com/precios-aceite-oliva-tiempo-real>

Aceite del Campo. (2024). *Precio del aceite de oliva hoy [Actualizado].*

<https://aceitedelcampo.com/precio-aceite-oliva-hoy>

Datosmacro. (2025). *Argentina - Tasa de inflación (1944-2025) y expectativas 2026-2027.*

<https://datosmacro.expansion.com/indicador/inflacion/argentina>

El Cronista. (2025). *Cuál va a ser la inflación de Argentina en 2025, según JP Morgan.*

<https://www.cronista.com/economia-politica/cual-va-a-ser-la-inflacion-de-argentina-en-2025-segun-jp-morgan/>

Como Importar en Argentina. (2024). *Cuál es la diferencia entre trader y broker en comercio exterior.*

<https://comoimportarenargentina.com.ar/diferencia-entre-trader-y-broker-en-comercio-exterior/>

El País. (2025). *Freiheit.org.* <https://elpais.com/freiheit-org>

Infobae. (2025). *Los exportadores aceleran la liquidación de dólares antes de la suba de las retenciones.*

<https://www.infobae.com/economia/2025/03/30/los-exportadores-aceleran-la-liquidacion-de-dolares-antes-de-la-suba-de-las-retenciones/>

Revista Olivares. (2025). *La realidad del mercado del aceite de oliva en EE.UU.*

<https://revistaolivares.com/realidad-mercado-aceite-oliva-eeuu>

International Olive Council. (2025, febrero). *Estadísticas del sector oleícola.*

<https://www.internationaloliveoil.org/estadisticas-del-sector-oleicola-febrero-2025>

El Orden Mundial (EOM). (2024). *El aceite de oliva en la Unión Europea - Mapas de El Orden Mundial.* <https://elordenmundial.com/mapas/aceite-oliva-union-europea>

Eurostat. (2024, febrero 27). *Price developments of olive oil in the EU.*

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240227-1>

Euronews Business. (2024, febrero 27). *Price of olive oil climbs more than 50% in a year in the EU.*

<https://www.euronews.com/business/2024/02/27/price-of-olive-oil-climbs-more-than-50-in-a-year-in-the-eu>

International Olive Council (IOC). (2023). *World Olive Oil Market Report.*

<https://www.internationaloliveoil.org>

Ámbito. (2024). *Eliminan el SIRA y crean el SEDI.*

<https://www.ambito.com/economia/importaciones/eliminaron-el-sira-y-crean-el-sedi-n5953911>

Infobae. (2025). *Milei levanta el cepo cambiario*.

<https://www.infobae.com/economia/2025/04/05/el-gobierno-elimino-el-cepo-cambiario-y-habilito-la-libre-compra-de-dolares/>

La Nación / Reuters. (2024). *Reducción de retenciones y apertura comercial*.

<https://www.lanacion.com.ar/economia/el-gobierno-confirio-la-eliminacion-del-impuesto-pais-en-compras-en-dolares-nid27022024/>

El País. (2024). *Reformas laborales en Argentina*.

<https://elpais.com/internacional/2024-05-12/reformas-laborales-argentina.html>

Trade News. (2024). *El plan de Milei para el comercio exterior y la logística*.

<https://tradenews.com.ar/el-plan-de-milei-para-el-comercio-exterior-y-la-logistica/>

LosPrimerosTV. (2024). *Acuerdo de libre comercio entre Argentina y Estados Unidos: alcances y posibles trabas*.

<https://www.losprimeros.tv/noticias/2024/03/20/acuerdo-libre-comercio-entre-argentina-y-estados-unidos-alcances-y-posibles-trabas/>

AFIP. (2024). *Administración Federal de Ingresos Públicos*. <https://www.afip.gob.ar>

BEA (Bureau of Economic Analysis). (2025). *US International Trade Goods and Services April 2025*.

<https://www.bea.gov>

Conference Board. (2025). *US leading indicators slip may triggering recession signal*. Reuters.

<https://www.reuters.com/business/conference-board-us-leading-indicators-2025>

Departamento de Comercio de EE.UU. (2025). *US International Trade Goods and Services*.

<https://www.bea.gov/data/intl-trade-investment/international-trade-goods-and-services>

Departamento de Trabajo de EE.UU. (2025). *Employment Situation Summary*. Bureau of Labor

Statistics. <https://www.bls.gov/news.release/empsit.nr0.htm>

El Cronista. (2025). *Datos económicos y políticas recientes en Argentina*. <https://www.cronista.com>

FMI (Fondo Monetario Internacional). (2024). *IMF USA Country Report*.

<https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2024/03/01/USA-IMF-Country-Report-2024>

IMF Blog. (2024). *The global economy enters a new era*.

<https://blogs.imf.org/2024/04/01/the-global-economy-enters-a-new-era/>

INDEC. (2024). *Incidencia de la pobreza y la indigencia en 31 aglomerados urbanos*.

<https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-2-58>

McKinsey & Company. (2024). *The State of Consumer Behavior in the U.S.*

<https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights>

McKinsey & NielsenIQ. (2023-2024). *Consumer insights reports*. <https://www.mckinsey.com>;

<https://nielseniq.com/global/en/>

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. (2024). *Información institucional*.

<https://www.argentina.gob.ar/agricultura>

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Argentina. (2024).

<https://www.argentina.gob.ar/ambiente>

Ministerio de Educación de la Nación. (2024). *Estadísticas educativas nacionales*.

<https://www.argentina.gob.ar/educacion/observatorio>

Ministerio de Economía. (2024). <https://www.economia.gob.ar>

Ministerio de Trabajo de la Nación. (2024). *Datos sobre informalidad laboral*.

<https://www.argentina.gob.ar/trabajo>

Migration Policy Institute. (2024). *U.S. Immigration Trends*.

<https://www.migrationpolicy.org/programs/data-hub/charts/immigrant-population-over-time>

NCES (National Center for Education Statistics). (2024). *Indicadores del sistema educativo*.

<https://nces.ed.gov>

NielsenIQ. (2024). *Reporte sobre consumidores sostenibles*. <https://nielseniq.com/global/en/insights/>

Pew Research Center. (2024). *Income Inequality in the United States*.

<https://www.pewresearch.org/social-trends/topic/income-inequality/>

Reuters. (2024). *Fed's Waller says rate cuts should be considered by July*.

<https://www.reuters.com/business/feds-waller-rate-cuts-2024>

Reuters. (2025). *Still early to assess tariff impact - Fed report*.

<https://www.reuters.com/business/still-early-assess-tariff-impact-fed-report-2025>

Trade News. (2024). *El plan de Milei para el comercio exterior y la logística*.

<https://tradenews.com.ar/el-plan-de-milei-para-el-comercio-exterior-y-la-logistica/>

U.S. Census Bureau. (2024). *Population Projections*.

<https://www.census.gov/programs-surveys/popproj.html>

U.S. CBP (Customs and Border Protection). (2024). <https://www.cbp.gov>

U.S. Environmental Protection Agency (EPA). (2024). <https://www.epa.gov>

USDA (United States Department of Agriculture). (2024). <https://www.usda.gov>

USDA Organic. (2024). *Organic certification*. <https://www.ams.usda.gov/services/organic-certification>

White House. (2024). *Fact sheet on tariffs*.

<https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2024/01/15/fact-sheet-on-tariffs/>

ANEXOS

Anexo I

- Entrevista

Entrevista a Empresa: “Fincas de Cruz del Eje”

Responde: Jeder M. Aleua - Dueño

1. Información sobre la producción y el producto

¿Cuál es el volumen de producción actual y la capacidad máxima de producción anual?

“Actualmente producimos 120 toneladas de aceite. Si bien no tenemos un límite técnico, el verdadero límite es la cantidad de ventas que podamos concretar.”

¿Qué certificaciones poseen actualmente (orgánicas, Kosher, FDA, HACCP, etc.)?

“Contamos con certificación de inocuidad alimentaria y BPM por IRAM. Además, nuestros productos son aptos para celíacos y cuentan con el sello y certificado Sin TACC. También tenemos la Denominación de Origen con el sello ‘Hecho en Córdoba’ otorgado por la provincia.”

¿Tienen análisis de laboratorio que puedan adjuntar para demostrar la calidad y las propiedades químicas/sensoriales del producto?

“Los análisis químicos que realizamos son de acidez libre y peróxidos. Los sensoriales se llevan a cabo mediante paneles de cata.”

¿Qué variedades de aceitunas utilizan y qué diferenciación tiene su producto frente a otros aceites en el mercado?

“Utilizamos cuatro variedades: *Coratina*, *Frantoio*, *Arbequina* y *Arauco*. Nos diferencia la relación precio-calidad, además de la calidad del producto y el packaging. Las certificaciones que poseemos también nos destacan por sobre otros productos que, aun teniendo buena calidad, no cuentan con dichas acreditaciones.”

2. Capacidad de exportación y logística

¿Han exportado anteriormente a EE. UU. u otros mercados internacionales?

“El único cliente extranjero fue en Brasil. No tenemos experiencia con otros países.”

¿Tienen experiencia con el cumplimiento de normas de etiquetado y embalaje exigidas en EE.

UU.? ¿Conocen los requerimientos del USDA y FDA?

“No.”

¿Cómo se manejan los tiempos de producción y envasado para asegurar disponibilidad para exportación?

“Tenemos una capacidad de envasado de 800 unidades por hora. El envasado no representa un límite.”

¿Cuál es la vida útil del producto y cómo se recomienda su almacenamiento y transporte?

“El producto tiene una vida útil de dos años desde su envasado. Requiere cuidados básicos: evitar el exceso de calor, mantenerlo en un lugar seco y protegido de la luz.”

3. Costos y precios

¿Cuál es el precio actual al que vende la tonelada de aceite de oliva extra virgen en el mercado interno?

“El aceite envasado tiene actualmente un costo aproximado de usd 6.739,40 por tonelada. Este año, todo indica que los precios bajarán luego de la cosecha a unos 6.000 USD/tonelada

¿Cuál es el precio mínimo y óptimo al que podrían vender su producto para que sea rentable?

“El precio depende de la presentación, si es envasado, en botellas de 500ml / Material: Pet. Es importante aclarar esto.”

¿Tienen flexibilidad para ajustar precios en función del volumen de compra y del contexto del mercado externo?

“Por supuesto. A mayor volumen de compra, menor es el costo de producción.”

4. Comercialización y visión a futuro

¿Tiene la empresa como objetivo a futuro la exportación? ¿Cuál es su opinión respecto a la internacionalización?

“Actualmente sí. Estamos interesados en expandirnos hacia nuevos mercados con nuestro producto envasado, ya que no contemplamos la exportación a granel. Es una posibilidad que venimos evaluando desde hace un tiempo, y creemos que los próximos años podrían ser favorables para dar ese paso. La internacionalización representaría una vía comercial estratégica y con alto potencial para nuestra empresa”.

¿Están abiertos a desarrollar packaging y etiquetado específico para el mercado estadounidense?

“Sí, estamos dispuestos a adaptar el packaging y el etiquetado según las exigencias del mercado estadounidense. Entendemos que cada destino tiene sus particularidades, por lo que, llegado el caso, podríamos trabajar en los ajustes necesarios para cumplir con la normativa vigente y con las preferencias del consumidor local.”

¿Están dispuestos a enviar muestras a potenciales clientes? ¿Las ofrecerían de forma gratuita o bajo qué condiciones?

“Sí, estamos abiertos a enviar muestras a potenciales clientes en el exterior. En cuanto a las condiciones, dependerá del tipo de proyecto y del volumen estimado. En algunos casos, podríamos asumir el costo como parte de una estrategia comercial; en otros, podría acordarse un reparto de gastos o que el comprador lo cubra. Evaluamos cada caso en función de su viabilidad y potencial.”

5. Pago y modalidades utilizadas en comercio exterior

¿Están familiarizados con el pago contra copia de documentos (CAD – Cash Against Documents)?

“Sí.”

¿Aceptarían esta modalidad de pago para una eventual exportación? ¿Por qué sí o por qué no?

“Sí. Creemos que es un método seguro para ambas partes, teniendo una entidad mediadora que asegure el cobro y la liberación de documentos.”

¿Prefieren alguna otra modalidad de cobro, como carta de crédito, pago anticipado o cuenta abierta?

“Usamos el pago anticipado en las primeras operaciones donde no conocemos al cliente y se desarrolla un producto o etiquetado específico. Nosotros producimos, y el 50 % restante lo cobramos con CAD.”

¿Qué condiciones consideran necesarias para sentirse seguros con la modalidad de pago elegida?

“Lo anterior. Depende de si conocemos al cliente, del tipo de operación, y de la existencia de una garantía o intermediario confiable.”

Dado que el comprador difícilmente acepte un pago 100% anticipado, ¿cómo manejarían esa situación?

“Como se explicó antes: 50% anticipado y 50% con CAD.”

¿Estarían dispuestos a trabajar con otra modalidad de pago? En ese caso, ¿qué garantías necesitarían para sentirse seguros? (Contrato, aval bancario, seguro de crédito, etc.)

“Creemos que el CAD es seguro, pero estamos abiertos a evaluar otras opciones con garantías.”

Anexo II:

Características técnicas de los aceites de oliva de la empresa.

- Análisis del producto. A continuación se especifica la acidez contenida por el aceite de oliva de la empresa, teniendo en cuenta la tipificación del mismo, como también los atributos positivos.



oliva:

El Consejo Oleícola Internacional (COI) clasifica los aceites por su acidez en tres categorías:

Tipificación	Acidez
Virgen extra	Hasta 0,8%
Virgen	Desde 0,8% hasta 2%
Oliva corriente	Desde 2% hasta 3,3%

Para lograr un aceite virgen extra, las aceitunas deben obtenerse en las primeras cosechas, cuando el fruto aún está verde. Al dejarlas madurar, el contacto del aceite con el agua de la vegetación que contiene la aceituna, hace elevar la acidez y los peróxidos. Cuanto mayor es la maduración del fruto y mayor es su acidez, cambia su tipificación.

MÉTODO DEL CONSEJO OLEÍCOLA INTERNACIONAL PARA LA VALORACIÓN ORGANOLÉPTICA DE LOS ACEITES DE OLIVA VÍRGENES – REGLAMENTO (CE) No 640/2008 DE LA COMISIÓN

Atributos positivos:

- Frutado: conjunto de sensaciones olfativas características del aceite, dependientes de la variedad de las aceitunas, procedentes de frutos sanos y frescos, verdes o maduros, y percibidas por vía directa y/o retronasal.
 - El atributo frutado se considera verde cuando las sensaciones olfativas recuerdan las de los frutos verdes, características del aceite procedente de frutos verdes.
 - El atributo frutado se considera maduro cuando las sensaciones olfativas recuerdan las de los frutos maduros, características del aceite procedente de frutos verdes y maduros.
- Amargo: sabor elemental característico del aceite obtenido de aceitunas verdes o en envero. Se percibe en las papilas circunvaladas de la uve lingual.
- Picante: sensación táctil de picor, característica de los aceites obtenidos al comienzo de la campaña, principalmente de aceitunas todavía verdes. Puede ser percibido en toda la cavidad bucal, especialmente en la garganta.

- Tipo de aceite, con sus respectivas marcas:



Nuestros aceites:

En nuestra empresa familiar producimos 3 tipos distintos que los identificamos con tres marcas. A continuación, se detallan las características de cada una.

Fincas de Cruz del Eje: Es un aceite virgen extra, de color ámbar, con suave frutado, prominente sabor herbal, picante y amargo coincidiendo con los atributos positivos de un excelente Virgen Extra. Obtenido con aceitunas Verdes en su punto de maduración exacto y de las variedades Coratina, Frantoio, Arauco y Arbequina para obtener la calidad virgen extra. Este blend fue premiado en diversas oportunidades por su calidad ([Ver aquí](#)). Además, es la marca preferida por los chefs para cocinar porque es un aceite que no invade el sabor de la comida.

El Federal: Es un aceite virgen. Al paladar se lo siente intenso, muy frutado con un color verde oliva fuerte. Es elaborado con aceitunas maduras (negras) para lograr que todo el sabor del fruto se transfiera al aceite. Es el sabor tradicional de España, Italia, Brasil y Argentina.

Las dos marcas que producimos artesanalmente y seleccionando cuidadosamente el fruto que procesamos, tienen sus particularidades con la intención de poder satisfacer las necesidades y los gustos de nuestros consumidores.

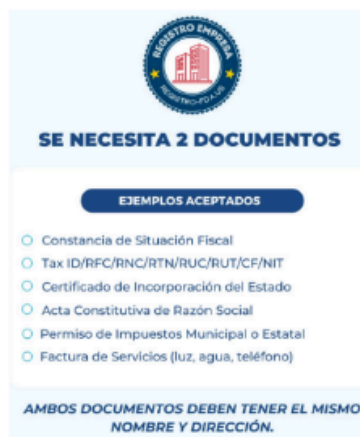
Fincas de Cruz del Eje

Anexo III:

FDA

- En las siguientes imágenes se detallan algunos de los pasos necesarios para registrarse en la FDA (Food and Drug Administration). Este trámite puede ser tercerizado, ya que existen empresas especializadas en gestionar las licencias requeridas para que un productor o exportador pueda ingresar al mercado estadounidense. Para ello, es necesario abonar una tasa correspondiente.

La empresa importadora también necesita hacer registro del producto.



REVISION DE ETIQUETAS

Incluye:

- Revisión Tabla Nutricional - Revisión Etiquetas Existentes
- Reporte Detallado


\$595 USD
Primera Etiqueta
+
\$100 USD
Etiquetas Adicionales
Misma Categoría

Requisito: Estar en Cumplimiento con FDA para Vender en Estados Unidos

Anexo IV: Presupuesto

Presupuesto estimativo:

El siguiente presupuesto, al igual que el cronograma, también fue elaborado en 2 etapas. La primera está relacionada con la preparación interna de la empresa, y la segunda hace hincapié en los costos asociados a la ejecución de la operación exportadora, una vez firmado el primer contrato. Esta incluye los gastos vinculados a la producción del lote destinado al mercado estadounidense, la logística nacional e internacional, la documentación de exportación, seguros, comisiones bancarias y seguimiento posventa.

Primera etapa

CATEGORÍA	DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	SUBTOTAL (USD)
Desarrollo comercial	Sección del sitio web en inglés (traducción y diseño web)	1	250	250
	Diseño de brochure institucional y fichas técnicas en inglés	1	180	180
Recursos humanos externos	Consultor externo o RRHH para comercio exterior interno - (honorarios mensuales)	1 mes	500	500
	Contador con experiencia en operaciones de comercio exterior	1 mes	250	250
Documentación y trámites	Registro ante FDA (obligatorio en EE. UU.)	1	200	200
	Traducción oficial de documentos requeridos (certificados, manuales)	5 doc.	30	150
	Preparación de documentación de exportación (formularios, permisos)	1	100	100
Etiquetado	Etiquetas internas adaptadas al país destino (cumpliendo normativas)	300 und.	0.50	150
Asesoramiento profesional	Asesoría legal o técnica específica para ingresar al mercado de EE. UU.	1	250	250
Otros	Margen imprevistos y gastos menores (fotocopias, tasas, etc.)	-	300	300
TOTAL ESTIMADO				2.030 USD

Notas adicionales:

- *Los precios son estimativos, pensados para una PyME Argentina que exporta por primera vez.*
- *Puede que algún servicio, ya se utilice dentro de la empresa y esté cubierto. Como el caso del contador.*

Segunda etapa

CATEGORÍA	DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	SUBTOTAL (USD)
Despacho aduanero	Honorarios del despachante de aduana	1	250	250
	Costos de tramitación/documentación aduanera	1	100	100
Logística nacional	Transporte interno (Córdoba - Buenos Aires o Rosario)	1	650	650
Logística internacional	Flete internacional (contenedor compartido o carga parcial – LCL)	1	1.600	1.600
Seguros	Seguro de carga internacional (póliza de caución)	1	120	120
Embalaje final	Cajas reforzadas, film, pallets, etiquetas logísticas	1 contenedor	300	300
Certificados específicos	Certificado sanitario / fitosanitario (SENASA)	1	80	80
Gastos bancarios y financieros	Comisiones bancarias por cobro internacional (Swift, etc.)	1	45	45
Otros	Margen para gastos imprevistos o variaciones logísticas	1	15	150
TOTAL ESTIMADO				3.295 USD

Notas adicionales:

- *El flete internacional está estimado para un contenedor FCL de 20 pies, destino EE. UU. Este precio puede variar entre 1.400 y 2.000 USD según puerto, época del año y condiciones del contrato.*
- *El transporte nacional en camión completo se estima en unos 600–700 USD por el trayecto desde Córdoba hasta el puerto.*
- *El embalaje final contempla pallets estandarizados para exportación, cintas, film, etiquetas, protección interna de la carga, etc.*
- *El seguro suele rondar el 0,5–1% del valor CIF del cargamento, así que el número es conservador.*

