

018494

SEMINARIO DE GRADUACIÓN

# **Barreras en la exportación**

**AUTOR:** Gabriela Andrea Di Bona.

**DEPARTAMENTO DE METODOLOGÍA:** Dra. Laura Cipriano.

**TUTOR:** Contador Público Nacional, Raúl Héctor Suárez.

Universidad Fasta.

Facultad de Ciencias Económicas.

Contador Público Nacional.

Mar del Plata.

Fecha: Agosto 2005.

## ÍNDICE.

Tema.....	1
Problema.....	1
Objetivo general.....	1
Objetivos específicos.....	1
Justificación.....	2
Estado actual de la cuestión.....	2
Definición del tipo de investigación a realizar.....	3
Contexto General de la Investigación.....	3
Introducción.....	4
<b>MARCO TEÓRICO</b>	
Comercio Internacional.....	6
Concepto de exportación.....	6
Evolución de las exportaciones.....	9
Ventajas de acceder a los mercados externos.....	11
Efectos de la devaluación en las empresas argentinas.....	13
La reactivación de la exportación.....	15
Barreras en la exportación.....	16
Cómo se forma un precio de exportación.....	17
Glosario.....	21
Barreras Arancelarias a la importación.....	30
Subsidios.....	30
Concepto.....	30
Efectos.....	32
Medidas para atenuar las barreras.....	33
Dumping.....	35
Concepto.....	35
Efectos.....	37
Medidas para atenuar las barreras.....	38

Barreras Paraarancelarias.....	40
Cupos o Cuotas a la importación.....	40
Concepto.....	40
Efectos.....	41
Medidas para atenuar las barreras.....	43
Restricciones sanitarias.....	43
Concepto.....	43
Efectos.....	44
Medidas para atenuar las barreras.....	45
Barreras Arancelarias.....	47
Derechos de exportación.....	47
Concepto.....	47
Efectos.....	50
Medidas para atenuar las barreras.....	53
Otras Barreras.....	55
Concepto.....	55
Puertos:Costos e Infraestructura.....	55
Efectos.....	58
Medidas para atenuar las barreras.....	59
Costo de fletes.....	61
A nivel externo.....	61
Efectos.....	62
Medidas para atenuar las barreras.....	62
A nivel interno.....	63
Efectos.....	63
Medidas para atenuar las barreras.....	64
Imagen de Argentina en el exterior .....	65
Ausencia de cultura exportadora.....	65
Concepto.....	65
Medidas para atenuar las barreras.....	69

<b>DESARROLLO-RESULTADO</b>	
Análisis del caso: Empresa "El Proyecto S.R.L." .....	71
Datos de la empresa seleccionada.....	71
Datos complementarios.....	72
Etapas que conforman las operaciones analizadas.....	75
Decisión empresaria.....	78
Análisis y resultados.....	81
Evaluación del mercado externo.....	83
Análisis y resultados.....	84
Determinación del precio de exportación.....	87
Análisis y resultados.....	80
Conclusiones.....	98
Posibles causas de un precio elevado... ..	99
Propuestas para obtener un precio de exportación competitivo.....	101
Para la empresa.....	101
Para el Estado Argentino.....	103
Bibliografía.....	114
Agradecimientos.....	116

**TEMA:**

Barreras en las exportaciones.

**PROBLEMA:**

¿Cuáles son las barreras en la actividad exportadora?

**OBJETIVO GENERAL:**

Determinar cuáles son las barreras en la actividad exportadora.  
Identificar la relación entre dichas barreras y la economía actual Argentina.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Identificar dificultades propias de la actividad exportadora.
- Identificar dificultades que se presentan en la actividad exportadora como consecuencia de la crisis que atraviesa Argentina desde el año 2001.
- Evaluar los objetivos de dichas barreras.
- Determinar cómo impactan las mismas en las empresas argentinas afectadas por la imperante crisis inflacionaria desde el 2001.
- Identificar procedimientos aplicables para atenuar dichas barreras.

### **JUSTIFICACIÓN:**

Las empresas argentinas han sufrido una fuerte crisis en el año 2001, como consecuencia de la repentina y abrupta pérdida de valor de la moneda nacional con respecto al dólar.

Como consecuencia de la desvalorización de la moneda argentina, los consumidores internos disminuyeron su demanda y consecuentemente las empresas debieron reducir sus ofertas y acumular stock.

La actividad exportadora se desarrolla en economías donde el precio del dólar es elevado. Es por ello que la devaluación que afectó a Argentina en el 2001 motivó un incremento importante en los volúmenes de productos nacionales exportados, convirtiéndose en una actividad de reactivación de la económica nacional.

Es por esta razón que se considera significativo poder identificar las dificultades que pueden presentarse al desarrollar la actividad y poder establecer, en los casos que sea posible, medidas o acciones tendientes a disminuirlas o atenuarlas, para que la misma pueda ser llevada a cabo y produzca sus beneficios.

### **ESTADO ACTUAL DE LA CUESTIÓN:**

Gran parte de la bibliografía consultada, hace referencia a las barreras en la exportación que son propias de la actividad, como son las barreras arancelarias y paraarancelarias.

La información sobre aquellos obstáculos a los que se enfrentan las empresas como consecuencia de la crisis propia que atraviesa Argentina y el mundo en el ámbito financiero, económico y social, ha sido recogida de suplementos y publicaciones emitidos por distintos medios de comunicación, como ser diarios y revistas de los últimos tres años (2003-2005).

## INTRODUCCIÓN:

El presente trabajo, denominado "**Barreras en la exportación**", permitirá conocer cuáles son las dificultades que pueden presentarse en la actividad exportadora, y analizará cómo afectan éstas al crecimiento económico que experimentan en la actualidad las empresas argentinas abocadas a dicha operatoria; y consecuentemente el impacto en la comunidad toda.

Se estudiará el caso de una empresa local con actividad internacional, con el fin de detectar cuáles de las barreras mencionadas se presentan habitualmente y se analizarán otras que pudieran surgir.

La presente investigación buscará enfatizar la necesidad de mantener una regularidad y persistencia de las empresas exportadoras y la perseverancia de aquellas potenciales, visualizando al comercio exterior como punto potencial de reactivación económica, en particular a la actividad exportadora, ya que sin éstas no serán posibles las importaciones ni el ingreso de divisas que permitan atender las necesidades del desarrollo nacional.

Es importante mencionar que el mecanismo económico de crecimiento y bienestar de una región incide, repercute y trasciende a otras regiones, con el tiempo y superando las distintas dificultades que presenta una economía en lenta recuperación, a corto o a largo plazo, el crecimiento y bienestar social podrá ser experimentado por gran parte de la población.

El desarrollo que debe emprenderse desde el punto de vista del atraso en el que el país se encuentra y la creciente presión del endeudamiento, obliga imperiosamente a emprender una acción decidida, enérgica y urgente; una acción que represente un desafío a la capacidad en la búsqueda de alternativas para superar obstáculos.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

Esta acción desafiante aportará recursos genuinos que estimularán la actividad económica toda proyectando sus beneficios hacia las demás manifestaciones de la vida nacional, por sus efectos multiplicadores y distributivos.

Si el esfuerzo empresario para incrementar sostenidamente las exportaciones, incluido su entusiasmo y perseverancia, es acompañado y complementado con medidas oficiales concretas, oportunas, realistas y beneficiosas, NO OBSTACULIZADORAS de la actividad, es indudable que permitirá consolidar la economía en su conjunto, no solo al sector directamente vinculado a dicha operatoria, al permitir aumentar el ingreso de divisas y esparcir por el país los beneficios de una reactivación general que aumentará la rentabilidad de las empresas, punto esencial y base para la incorporación de nuevas tecnologías y mano de obra cuyos ingresos, en parte, se convertirán en demanda, produciéndose una reactivación de la economía en beneficio de todos los sectores que la componen.

## MARCO TEÓRICO:

### COMERCIO INTERNACIONAL.

*"El comercio internacional consiste en el intercambio de bienes, servicios y capitales entre los diferentes países"<sup>1</sup>.*

Desde una perspectiva histórica los países han mantenido relaciones comerciales fundamentalmente porque no podían producir todos los bienes que necesitaban: en determinados lugares no existían materias primas para llevar a cabo su producción, otros carecían de conocimientos suficientes para producir determinados bienes.

### CONCEPTO DE EXPORTACIÓN.

Exportar implica extraer mercadería de un territorio aduanero. El acto se verifica con el cruce de la frontera de las mercaderías con destino al exterior. Las exportaciones pueden ser:

- definitivas: para consumo. El Código Aduanero (C.A.), en su artículo 331, las define:

*"La destinación de exportación para consumo es aquella en virtud de la cual la mercadería exportada puede permanecer por tiempo indeterminado fuera del territorio aduanero".<sup>2</sup>*

---

<sup>(1)</sup> BEKER, V.A. y MOCHON, F., 1994. *Elementos de Micro y Macroeconomía*. Mc.Graw Hill, España, p.215.

<sup>(2)</sup> *Ley 22.415, Código Aduanero*, 2004, Zavalia, Argentina, p. 104.

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

- suspensivas: que a su vez comprende a:
  - **Exportaciones temporarias:** el artículo 349 del Código Aduanero establece:

*"La destinación de exportación temporaria es aquella en virtud de la cual la mercadería exportada puede permanecer con una finalidad y por un plazo determinado fuera del territorio aduanero, quedando sometida desde el mismo momento de su exportación, a la obligación de reimportarla para consumo, con anterioridad al vencimiento del mencionado plazo".<sup>3</sup>*

La mercadería podrá permanecer en el mismo estado o modificarla.

- **Mercadería en tránsito:** El artículo 374 del C.A la define:

*"Es aquella en virtud de la cual la mercadería de libre circulación en el territorio aduanero puede ser transportada hasta otra aduana del mismo territorio aduanero, con la finalidad de ser exportada desde esta última".<sup>4</sup>*

---

<sup>(3)</sup> Ley 22.415, Código Aduanero, 2004, Zavalia, Argentina, p. 107.

<sup>(4)</sup> Ley 22.415, Código Aduanero, 2004, Zavalia, Argentina, p. 114.

- **Mercadería en depósito:**

*"La mercadería introducida en una zona primaria aduanera, para su exportación, que no fuera cargada directamente en el respectivo medio de transporte e ingresare a un lugar de depósito aduanero, desde el momento de su recepción y salvo lo que dispusieren leyes especiales, queda sometida al régimen de depósito provisorio de exportación (...), hasta tanto se autorizare o se le asigne de oficio, según el caso, alguna destinación aduanera a su respecto o se la restituyera a plaza".<sup>5</sup>*

Así lo establece el Código Aduanero en el artículo 397.

- **Removido:**

*"La destinación de removido es aquella en virtud de la cual la mercadería de libre circulación en el territorio aduanero puede salir de éste para ser transportada a otro lugar del mismo, con intervención de las aduanas de salida y de destino, sin que, durante su trayecto, atraviere o haga escala en un ámbito terrestre no sometido a la soberanía nacional. También se considera destinación de removido al transporte de mercadería de libre circulación en el territorio aduanero por ríos nacionales de navegación internacional entre dos puntos de dicho territorio."<sup>6</sup>*

Así lo establece el Código Aduanero en el artículo 386.

---

<sup>(5)</sup> Ley 22.415, Código Aduanero, 2004, Zavalia, Argentina, p. 119.

<sup>(6)</sup> Ley 22.415, Código Aduanero, 2004, Zavalia, Argentina, p. 116.

## EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES EN ARGENTINA.

La economía Argentina creció vigorosamente entre 1880 y 1930 sobre la base de una continua expansión de sus exportaciones de productos agropecuarios, incrementando así el PBI (producto bruto interno). A partir de la crisis mundial de 1930 Argentina se aisló de la economía mundial. El derrumbe de los precios de los productos básicos, las medidas proteccionistas adoptadas por la mayoría de los países frente a la crisis, y más tarde, las dificultades impuestas por la Segunda Guerra Mundial al comercio internacional tuvieron la responsabilidad primaria en tal proceso. Para restablecer el equilibrio del sector externo se debió recurrir a sucesivas devaluaciones, con el fin de estimular las exportaciones y deprimir las importaciones.

Cada devaluación implicó alzas en los precios de los artículos de consumo y el consiguiente deterioro en el nivel de vida de los habitantes.

Los beneficios de las políticas de redistribución de ingresos resultaron efímeros.

Los intentos de revertir esta situación a través de la sustitución de importaciones no dieron resultados positivos.

Así, en 1959, se inició una segunda etapa de sustitución de importaciones que apuntó al desarrollo nacional de las llamadas industrias básicas (petroquímica y automotriz), el que sería completado en la década siguiente con el establecimiento de la industria de aluminio y del papel prensa. Esto agravó la dependencia de la industria nacional respecto de los insumos importados y reproducir, por tanto, en mayor escala, la crisis de la balanza de pagos.

Los procesos inflacionarios pueden generarse por la excesiva creación de dinero por parte de las autoridades monetarias del país. En estos casos el dinero crece más rápido que los bienes y servicios suministrados por la economía, causando la subida de todos los precios. Esta creación

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

de dinero suele estar motivada, a su vez, por la necesidad del Estado de financiar su déficit público.

Similar situación alcanza a la crisis inflacionaria de 2001, punto de reactivación de la actividad exportadora, consecuencia de las ventajas del tipo de cambio.

A pesar de ese leve crecimiento, la crisis inflacionaria generó una serie de efectos perjudiciales sobre la economía:

- pérdida del poder adquisitivo del dinero,
- generación de incertidumbre
- y aumento de desempleo.

Es por ello, que la sociedad Argentina advierte una marcada reducción de inversión y competitividad en su economía.

## VENTAJAS DE ACCEDER A LOS MERCADOS EXTERNOS.

La penetración en mercados mundiales tiene una serie de beneficios concretos de distinta índole, que en muchos casos se desconocen. Los más comunes son:

1. **Beneficios aduaneros:** La mayoría de las exportaciones están beneficiadas por una serie de estímulos que abona el Estado. Los incentivos estatales más conocidos son los reintegros y drawbacks. Con ellos se busca la devolución de los impuestos internos erogados en cada etapa productiva (en el caso de los reintegros) y de los impuestos que gravan a los insumos importados por la empresa que se utiliza en la elaboración de mercadería que luego se exporta, (en el caso del drawback) que pueden incidir en el precio del producto exportado.

2. **Beneficios crediticios:** existen líneas de crédito especiales para exportadores, que son otorgadas por los principales bancos oficiales y privados. Estos se llaman créditos de prefinanciación o financiación de exportaciones, con plazos y tasas de interés más beneficiosas que para otras actividades.

*"Uno de los primeros recursos utilizados por los exportadores para conquistar mercados y ampliar sus ventas fue, precisamente, la concesión de facilidades de pago para la compra de sus productos".<sup>7</sup>*

---

<sup>(7)</sup> MORENO, J.M., 1993. *Manual del Exportador. Teoría y Práctica Exportadora*, Macchi: Argentina, p.185.

3. **Beneficios tributarios:** a diferencia de las ventas en mercado interno, las exportaciones no se encuentran alcanzadas por la mayoría de los principales tributos como: Impuesto al Valor Agregado (IVA), Impuesto de Sellos, Impuestos Internos, etc. Además, con respecto al IVA, generalmente, las empresas exportadoras pueden –en lo que hace al impuesto abonado en las compras y gastos- acreditarlos, compensarlo con las ventas de mercado interno, solicitar su devolución o transferencia. El objetivo de muchos países es desgravar las operaciones internacionales de los tributos que alcanzan a las operaciones del mercado doméstico. De esta manera el exportador puede crear precios de exportación más competitivos y sin "exportar impuestos". Existe un principio en el mercado internacional que es el de tributar en el país de destino. Con esto se busca no alcanzar con la mayoría de los impuestos a las exportaciones, para que sean los países de destino los que graven, a través de las operaciones de importación, a dichos bienes.

4. **Beneficios en la imagen de la empresa:** su posicionamiento en el mercado internacional otorga a la empresa prestigio. El sujeto internacionalizado es percibido positivamente por la sociedad en general, centrándose en la superación de obstáculos para acceder a los mercados mundiales.

5. Otros, como ser: la **diversificación de mercados** (entre mercados nacionales y externos); **diferenciación** (la empresa logra introducir en un mercado un producto para éste desconocido, llamado producto diferenciado); **información exclusiva** (la empresa comienza a tener contactos que le permitirán conocer oportunidades de negocios).

## **EFFECTOS DE LA DEVALUACIÓN EN LAS EMPRESAS ARGENTINAS.**

En mayor o menor medida, todas las empresas de Argentina desgastadas por la fuerte crisis inflacionaria, ven en la exportación el camino para recomponer su situación económica y financiera. Por esta razón demandan constantemente, además de cambios en materia impositiva, políticas activas a escala gubernamental que les posibiliten colocar su producción en otros mercados.

Se considera condición *sine qua non* para salir del estancamiento la recomposición de la plaza local.

Las ventas al extranjero se convirtieron en los últimos cinco años en el sostén de la mayoría de las industrias desestabilizadas. La abrupta caída del consumo interno consecuencia de la caída del poder adquisitivo, se vio, en cierta medida compensada por la reactivación de la exportación. La devaluación y el fomento de acuerdos bilaterales con otras naciones provocaron un reacomodamiento en el mapa de las exportaciones.

Por lo tanto, puede confirmarse que, además de los obstáculos impuestos directamente por el Estado e inherentes a la actividad exportadora (barreras propias de la actividad), en algunos casos se acentúan por la situación de crisis que atraviesa el país desde hace varios años y en algunos casos la situación de crisis que atraviesan otros países también inciden en la exportación de productos argentinos.

La salida de la convertibilidad permitió que diversos sectores aumenten sus exportaciones, lo cual se vio entorpecido por la marcada caída de la financiación y del crédito, hoy éstos últimos en lenta recuperación: la desvalorización del peso influyó directamente en el costo de los insumos, muchos de ellos importados y aquellos de producción nacional siguieron el comportamiento de los precios internacionales, por lo que las empresas locales debieron afrontar un aumento muy importante en los costos. Si bien la depreciación de la moneda ayudó a una baja de costos reflejada básicamente en la mano de obra, no afectó con la misma

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

incidencia al precio del producto terminado porque los proveedores locales mantenían en sus procesos productivos un alto índice de insumos dolarizados e importados.

A pesar de las ventajas económicas de la actividad, la falta de crédito dificulta la inversión y la expansión; estas ausencias impiden crear nuevas fuentes de trabajo y el consumo interno se estanca.

- **La reactivación de la exportación:**

Después de la devaluación, uno de los signos más saludables que presentaron las empresas, sobre todo las Pymes (pequeñas y medianas empresas), las cuales fueron las más afectadas por la crisis, fue la posibilidad de permanecer en el mercado y recomponer su situación financiera.

Dicha reactivación fue lenta e inclusive se encuentra en desarrollo, como consecuencia de la falta de crédito, la carencia de un desempeño exportador, de una estructura y de la formación adecuada para cubrir con éxito a los mercados externos. Deficiencias que fueron apareciendo en cada empresa y en el Estado ante la ausencia de políticas en comercio exterior, en algunos casos, y en otros una intervención excesiva, sobre todo en materia impositiva.

La reactivación exportadora se estabilizó en el 2003, después de dos años de total incertidumbre económica. El complejo normativo que comenzó a regular abruptamente las operaciones del comercio exterior se tranquilizó.

En esa etapa ausente de créditos, con retenciones y ante la agobiante competencia en el mercado internacional fuertemente subsidiado y proteccionista, muchos no pudieron sobreponerse y aquellos que lo lograron se encuentran actualmente luchando por mantener el lugar ganado en el mercado.

China, Rusia, Sudáfrica y los mercados árabes abrieron sus puertas. Conscientes de que los valores producidos en la producción primaria están atados a los precios internacionales, muchos productores, industriales, empresarios, agregaron valor a la oferta: software, arquitectura, servicios, diseño, maquinaria agrícola, vinos, deportes, turismo, orgánicos, carnes exóticas y medicamentos se agregaron a la canasta de productos exportables argentinos.

## **BARRERAS EN LA EXPORTACIÓN.**

Si bien la actividad exportadora se encuentra en continuo crecimiento, existen diversos factores que dificultan su desarrollo, lo retrasan y en algunos casos hasta pueden impedir una operación de exportación.

Entre estas barreras se encuentran:

1. **Barreras arancelarias a la importación**, impuestas por ESTADOS EXTRANJEROS dentro de las cuales se ubican:

- Subsidios, aranceles antidumping.

2. **Barreras paraarancelarias**, son aquellas no vinculadas directa o indirectamente a los aranceles de exportación, impuestas también por los ESTADOS EXTRANJEROS, dentro de las cuales se ubican:

- Cupos.
- Restricciones sanitarias.

3. **Barreras arancelarias a la exportación**, impuestas por el ESTADO ARGENTINO dentro de las cuales se ubican:

- Derechos de exportación.

4. **Otras barreras:**

a) aquellas que surgen como consecuencia de la crisis que afecta a la Argentina desde la última década,

- Puertos: costos e infraestructura.
- Ausencia de una cultura exportadora.
- Imagen de la Argentina en el exterior.

b) aquellas cuyas causas tienen origen en situaciones externas a la Argentina

- Alto costo de los fletes.

### CÓMO SE FORMA UN PRECIO DE EXPORTACIÓN:

Dado que la mayoría de las barreras u obstáculos mencionados afectan al precio de exportación, es fundamental determinar como se configura el mismo.

*"(...) el precio del producto a exportar es una decisión estratégica que puede definir el éxito o el fracaso de una operación".<sup>8</sup>*

La empresa podrá utilizar la misma lista de precios para todos los destinos, si opta por una política agresiva para desplazar a su competencia o se sacrificará volumen para captar clientes importantes o de buen potencial.

Para definir un precio de venta se deben tener en cuenta aspectos fundamentales, si la venta al exterior configura una estrategia para poder penetrar en el mercado o es una operación puntual.

- El empresario deberá tomar conocimiento de los precios de los competidores ya instalados y definir cuál será la posición de sus precios.
- Definir una política de descuentos tomando parámetros como:
  - a) Volumen.
  - b) Estacionalidad.
  - c) Forma de pago, etc.
- Informarse sobre las políticas gubernamentales de intervención en materia de precios del país de destino, si existen *leyes antidumping* que puedan generar inconvenientes.

---

<sup>(8)</sup>LEVENBERG, R., 2003. *¿Cómo se calcula el precio para exportar?*, Revista Pymes, 20, p.2.

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

En otros casos, el precio alto forma parte de una táctica de marketing, a partir del nivel socioeconómico de los potenciales clientes. Se cambia volumen de venta por precio.

### ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS DE PRECIOS

Estrategia	Descripción
<i><b>Precio estático</b></i>	El mismo <b>precio</b> a todos los clientes
<i><b>Precio flexible</b></i>	Se ajustan los precios <b>según el tipo de cliente</b>
<i><b>Precio de penetración</b></i>	Se fija un <b>precio bajo</b> , para obtener aceptación y participación en el mercado
<i><b>"Descremado"</b></i>	Se fija un <b>precio alto</b> para clientes selectos, para maximizar beneficios a pesar del bajo volumen
<i><b>Mantenimientos de mercado</b></i>	<b>Absorber incrementos de costos y mantener los precios estables</b> , para mantener la participación de mercado
	Fuente MANUAL DEL EXPORTADOR FUNDACION EXPORTAR

El precio de venta oscila entre un límite inferior fijo (costo) y uno superior que es negociado y establecido por el mercado y el producto.

Los elementos básicos que determinan el precio son:

1. los costos,
2. la demanda del mercado,
3. la competencia.

En algunos casos los costos fijos aplicados a la exportación pueden compensarse con los de la producción para el mercado local.

El empresario deberá evaluar si exportar implica producir más sin incrementar los costos fijos, trabajando solo sobre los costos variables, los

productos adicionales destinados a mercados externos serán producidos a un menor costo.

Además de los **costos de producción**, la exportación genera, como en la venta local, **costos de comercialización**, publicidad, distribución y gastos administrativos, y costos específicos de la exportación:

1. estudios de mercado,
2. viajes de negocios,
3. correo,
4. comisiones del representante en el extranjero,
5. adaptación del producto.

Una vez determinados los costos de producción y de exportación, se deberán considerar los **mecanismos de estímulo** a las exportaciones que el gobierno argentino otorga a las empresas exportadoras, incentivos, como ser: reintegros impositivos, devoluciones del IVA, etc.

Se deberán considerar las **condiciones de venta**. Si el precio se vende a precio FOB significa que una vez que el producto a exportar se encuentre en la bodega ya no es responsabilidad del vendedor.

Es de gran utilidad que el empresario viaje al país de destino y hablar con los distribuidores y minoristas para acercarse a la realidad del consumidor final.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

### DATOS PARA DEFINIR EL PRECIO

<p><b>Producción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;costo unitario de producción</li> </ul>	<p><b>Documentación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;inspección</li> <li>&gt;certificaciones</li> <li>&gt;preparación de documentos</li> <li>&gt;seguro</li> </ul>	<p><b>Aduana</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;derechos aduaneros y otros</li> <li>&gt;gastos del despachante de aduana</li> </ul>
<p><b>Preparación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;adaptación del producto</li> <li>&gt;etiquetado</li> <li>&gt;envase</li> <li>&gt;embalaje</li> </ul> <p><b>Comercialización</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;comisiones de agentes y distribuidores</li> <li>&gt;publicidad</li> <li>&gt;viajes</li> <li>&gt;comunicaciones</li> <li>&gt;promoción</li> </ul>	<p><b>Transporte y logística</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;comisiones del gente de carga</li> <li>&gt;gastos relacionados con la carga</li> <li>&gt;flete</li> <li>&gt;almacenaje y manipulación</li> </ul>	<p><b>Financieros</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;costo de financiación</li> <li>&gt;fluctuación del tipo de cambio</li> <li>&gt;seguro de crédito a la exportación</li> <li>&gt;costo de descuento del crédito documentado</li> </ul>

Fuente: MANUAL DEL EXPORTADOR. FUNDACIÓN EXPORTAR

## GLOSARIO.

**Exportador:** personas que en su nombre exportan mercaderías, ya sea que la llevaran consigo o que un tercero llevare la que ellos hubieren expedido.

**Balanza de pagos:** documento contable que registra sistemáticamente el conjunto de transacciones económicas de un país con el resto del mundo durante un período de tiempo determinado.

**FOB:** (free on board) es un precio internacional el cual incluye todos los costos necesarios hasta que la mercadería llega al puerto o lugar donde será cargada.

**Logística:** es un proceso de planificación, operación y control del movimiento y almacenaje de mercancías desde la fuente de la materia prima hasta el punto de venta del producto terminado, con el fin de satisfacer los requerimientos del cliente al menor costo efectivo total.

**Reintegro:** los exportadores de mercaderías manufacturadas en el país, nuevas sin uso, tendrán derecho a obtener el reintegro total o parcial de los importes que se hubieran pagado en concepto de tributos interiores en las distintas etapas de producción y comercialización.

**Reembolso:** es la restitución total o parcial de los importes que se hubieran pagado en concepto de tributos interiores en todas las etapas de producción y comercialización, así como los que se hubieran podido pagar en concepto de tributos por la previa importación para uso y/o consumo a título oneroso, o bien por los servicios que se hubieren prestado con relación a la mencionada mercadería.

**OMC:** después de la segunda guerra mundial se intentó constituir a nivel comercial una Organización Internacional del Comercio (OIC), pero sólo se lograron acuerdos que desde 1947 se conocen como GATT (Acuerdo General de Aranceles y Comercio), que tuvieron como objetivo promover medidas para la liberación del comercio. Posteriormente, en la Ronda de Uruguay (reunión de representantes nacionales) se dio origen a la Organización Mundial del Comercio (OMC), que en la actualidad constituye una base sólida para la discusión y solución de los aspectos controversiales que puedan originarse entre países como consecuencia de operaciones internacionales que los vinculen. Este organismo ha incorporado todos los acuerdos establecidos en el GATT.

**Unión Económica Europea:** formada por la mayoría de los países de Europa Occidental. Es el único bloque comercial que en la actualidad ha logrado sus objetivos. Es una unión monetaria con un sistema monetario único. Se desenvuelve como un mercado proteccionista. Este bloque aplica la mayor variedad de barreras paraarancelarias y arancelarias conocidas para los productos provenientes de extrazona.

**Certificación HACCP:** es aquella certificación relativa al Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos. Basado en las directrices del Codex Alimentarius, este sistema consta de principios científicos y técnicos aplicados a todas las fases de la producción de alimentos. Este sistema garantiza la inocuidad de los alimentos. Se basa en principios de prevención antes que de inspección, e involucra a los ingredientes, al proceso y al producto. La empresa que obtiene esta certificación demuestra ante la comunidad internacional su habilidad para administrar herramientas de prevención de situaciones de peligros físicos, químicos y biológicos, en la manipulación de alimentos. Permite a la empresa incrementar las oportunidades de ventas al exterior.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

**INCOTERMS 2000:** son reglas que definen las obligaciones recíprocas entre vendedor y comprador relativas al desplazamiento de la mercadería, en lo concerniente a la transferencia de costos, riesgos y gestión de documentos.

Son trece (13) términos comerciales simbolizados en siglas que son de uso facultativo por las partes que pueden incluir su uso en el contrato.

**GRUPO “E”:**

- **EXW: EN FABRICA** (lugar convenido)

**Vendedor:** en fecha y plazo convenido pone a disposición del comprador la mercadería más la factura comercial en su establecimiento, fábrica o depósito.

**Comprador:** se hace cargo de la mercadería, asumiendo gastos y riesgos de llevarla al lugar deseado (incluye gastos de despacho, derechos de exportación, carga, transporte, seguro, gastos de descarga, despacho y derechos de importación).

**GRUPO “F”:**

- **FCA: FRANCO TRANSPORTISTA** (lugar convenido)

**Vendedor:** coloca la mercadería despachada de aduana (corre con los gastos y derechos aduaneros) a cargo del transportista o persona designada por el comprador. Soporta los gastos hasta la entrega, incluyendo los de carga.

**Comprador:** concluye el contrato de transporte a su cargo y asume los gastos y riesgos de pérdida o daño de la mercadería desde que fue entregada al transportista, haciéndose cargo de la recepción. Debe obtener licencias de importación, autorizaciones oficiales y formalidades aduaneras de importación.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

□ **FAS: FRANCO AL COSTADO DEL BUQUE** (puerto de carga convenido)

**Vendedor:** entrega la mercadería al costado del buque sobre el muelle o buques en el puerto de embarque convenido. Soporta los riesgos hasta la fecha de entrega, incluidos los trámites y derechos aduaneros.

**Comprador:** paga el transporte desde el puerto convenido, gastos de carga y descarga, seguro, trámites, licencias y derechos de importación.

□ **FOB: FRANCO A BORDO** (puerto de carga convenido)

**Vendedor:** entrega la mercadería pasando la borda del buque en puerto convenido y asume los riesgos por deterioros o daños en la mercadería hasta aquel momento. Son a su cargo los gastos de despacho, derechos aduaneros de exportación y gastos de carga.

**Comprador:** paga los gastos de inspección, derechos, impuestos, cargos oficiales de la importación, y de transporte desde el puerto de embarque, desde que la mercadería pasa la borda del buque.

**GRUPO “C”:**

□ **CFR: COSTO Y FLETE** (puerto de destino convenido)

**Vendedor:** despacha la mercadería, paga los gastos y flete necesarios para hacer llegar la mercadería al puerto de destino. Contrata el transporte y paga los gastos de descarga, asume los riesgos hasta el momento de sobrepasar la borda del buque, no asume riesgos del transporte.

**Comprador:** asume riesgos desde que la mercadería es dejada a bordo del buque, recibe la mercadería en el puerto de destino y paga los gastos de despacho y derechos aduaneros de importación.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

□ **CIF: COSTO, SEGURO Y FLETE** (puerto de destino convenido)

**Vendedor:** despacha la mercadería, paga los gastos y fletes necesarios para hacer llegar la mercadería a puerto de destino. Contrata el transporte, entrega la mercadería a bordo del buque y contrata seguro de carga cubriendo riesgos de pérdida o daño de la mercadería durante el transporte, desde el puerto de embarque al puerto de destino.

**Comprador:** asume riesgos de pérdida o daño de la mercadería desde que sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque, paga gastos relacionados con la mercadería desde su entrega en el puerto de destino.

□ **CPT: TRANSPORTE PAGADO HASTA** (lugar de destino convenido)

**Vendedor:** contrata el transporte y paga el flete hasta el destino pactado, entrega la mercadería al transportista, paga gastos de trámites aduaneros de exportación y por la carga, asume riesgos de pérdida o daño sólo hasta la entrega.

**Comprador:** recibe la mercadería en el puerto de destino pagando gastos de descarga, asume riesgos de pérdida y daño, contrata el seguro de carga y gastos adicionales desde que la mercadería es entregada al transportista.

□ **CIP: TRANSPORTE PAGADO Y SEGURO HASTA** (lugar de destino convenido)

**Vendedor:** contrata el transporte y paga el flete hasta el destino convenido, entrega la mercadería al transportista, paga gastos de despacho aduanero de exportación y por la carga, contrata a su cargo el seguro de carga contra riesgos de pérdida o daño durante el transporte.

**Comprador:** recibe la mercadería en el puerto de destino, paga gastos de descarga, asume riesgos de pérdida o daño, contrata seguro de carga y gastos adicionales desde que la mercadería se entrega al transportista.

**GRUPO "D":****□ DAF: ENTREGADA EN FRONTERA (lugar convenido)**

**Vendedor:** asume gastos de despacho, trámites aduaneros y derechos de exportación y transporte, riesgos por pérdida o daño hasta entregar la mercadería en lugar convenido en la frontera.

**Comprador:** paga derechos, impuestos y cargos oficiales, trámites aduaneros y de importación, asume riesgos desde que la mercadería es puesta a disposición en la frontera.

**□ DES: ENTREGADA SOBRE BUQUE (puerto de destino convenido)**

**Vendedor:** pone la mercadería a disposición del comprador a bordo del buque en el puerto de destino, sin despacharla en aduana para la importación. Asume gastos y riesgos vinculados al transporte, paga la carga, seguro y flete.

**Comprador:** paga gastos desde que la mercadería es puesta a su disposición a bordo, incluyendo descarga, derechos, impuestos, costos de trámites aduaneros y asume riesgos de pérdida y daño desde ese momento.

**□ DEQ: ENTREGADA EN MUELLE (puerto de destino convenido)**

**Vendedor:** pone la mercadería a disposición del comprador sobre el muelle en el puerto de destino. Asume riesgos de pérdida o daño, gastos de transporte, derechos, impuestos y cargos derivados de llevar la mercadería hasta ese punto.

**Comprador:** toma posesión de la mercadería en el muelle asumiendo los riesgos de pérdida o daño, gastos, derechos y trámites de importación.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

□ **DDU: ENTREGADA DERECHOS NO PAGADOS** (lugar de destino convenido)

**Vendedor:** entrega la mercadería en el lugar convenido del país importador en la fecha o dentro del plazo acordado de entrega; asume riesgos y gastos de transporte.

**Comprador:** toma posesión de la mercadería en el lugar convenido, asume riesgos desde ese momento, descarga la mercadería, paga derechos, impuestos y gastos correspondientes a la importación.

□ **DDP: ENTREGADA DERECHOS PAGADOS** (lugar de destino convenido)

**Vendedor:** idem DDU, pero además son a su cargo los costos y la obtención de las licencias de importación, trámites y derechos aduaneros pertinentes.

**Comprador:** idem DDU.

**SADCM:** Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. Toda la mercadería que se exporta es clasificada a través de la asignación de un código numérico que la individualiza en forma unívoca. Este código, es llamado *partida arancelaria*; es asignado dentro de principios lógicos con el fin de clasificar todos los bienes comercializables en el ámbito internacional. A su vez, las partidas arancelarias están enunciadas siguiendo un cierto orden junto a su descripción, dentro de un compendio llamado “nomenclatura arancelaria”. En ésta se encuentran las diversas partidas, que se agrupan en categorías: secciones, capítulos, subcapítulos; siguiendo hasta llegar a las partidas y subpartidas arancelarias. Los bienes se enuncian en una secuencia, que incluye en los primeros capítulos productos con poco valor agregado, y a medida que se avanza en los mismos se irán encontrando productos con mayor grado de industrialización. Esto hace referencia a el porcentaje de derecho de exportación que va a presentar los productos.

## BARRERAS EN LA EXPORTACIÓN.

La mayoría de los gobiernos establecen barreras a la actividad importadora con el fin de:

- *proteger* la economía nacional del mercado de destino,
- *dificultar el acceso* de productos de empresas extranjeras a un determinado mercado. En general, la mayoría de éstas dificultan la dinámica natural de los flujos de importación en el mercado de destino.
- En ciertos casos, *generan ingresos fiscales* para el Estado de destino, siendo una importante fuente de recaudación (derechos de importación y derechos de exportación).

La actividad exportadora tiene como eje central el dólar alto y el superávit fiscal, lo cual hace que el sector tenga una fuerte presión tributaria, dando lugar así a las **BARRERAS ARANCELARIAS**.

Hay otras formas sutiles de obstaculizar el libre comercio. En las últimas décadas han estado proliferando estas trabas en el sistema de comercio internacional. Al igual que las arancelarias, son impuestas por el Estado Nacional y tienen carácter obligatorio. Dentro de ellas se incluyen a todas las que no tienen relación directa o indirecta con aranceles a la exportación, denominadas **BARRERAS NO ARANCELARIAS, BARRERAS PARAARANCELARIAS O PARATARIFARIAS**.

A pesar de las ventajas del libre cambio entre países, existen una serie de hechos que aconsejan o justifican, según los casos, cierto grado de intervencionismo o proteccionismo que trata de limitar la entrada de determinados productos a un país.

A este tipo de disposiciones se las llama *medidas proteccionistas*. Los argumentos que justifican el establecimiento de estas medidas son los siguientes:

- Proteger a una industria que se considera estratégica para la seguridad nacional.
  - Fomentar la industrialización y la creación de empleos mediante un proceso de sustitución de importaciones por productos fabricados dentro del país.
  - Hacer posible el desarrollo de *industrias nacientes*, es decir, nuevas industrias, las que no podrían competir con las de otros países donde se han desarrollado con anterioridad.
  - Tratar de combatir el déficit que se presentan entre las exportaciones y las importaciones.
- 
- *"...asegurar el máximo posible de valor agregado en el país con el fin de obtener un adecuado ingreso para el trabajo nacional,*
  - *promover, proteger o conservar las actividades nacionales productivas de bienes o servicios, así como dichos bienes y servicios, los recursos naturales o las especies animales o vegetales,*
  - *estabilizar los precios internos a niveles convenientes o mantener un volumen de ofertas adecuado a las necesidades de abastecimiento del mercado y*
  - *atender las necesidades de las finanzas públicas."*<sup>9</sup>

---

<sup>(9)</sup> MORENO, J.M., 1993. *Manual del Exportador. Teoría y Práctica Exportadora*, Macchi: Argentina, p.172.

## 1. BARRERAS ARANCELARIAS A LA IMPORTACIÓN:

Dentro de la Organización Mundial del Comercio, el GATT/94 es el código de normas multilaterales aplicable al comercio de productos. Al respecto, incluye instrumentos de Defensa Comercial:

- a) Un acuerdo relativo a subvenciones y medidas compensatorias,
- b) Un acuerdo relativo a medidas antidumping.

Dentro de estas barreras se encuentran:

- SUBSIDIOS.
- ARANCELES ANTIDUMPING.

### 1.1- SUBSIDIOS.

- **Concepto.**

Los subsidios son formas de ayudas directas o indirectas que un país otorga a determinados productores locales. La ayuda de organismos estatales puede distorsionar el mercado en el país importador, al introducir productos a precios anormalmente bajos.

*"Es una práctica estimulada por los poderes públicos y no la consecuencia de una estrategia empresarial como en el caso de ventas al exterior en condiciones de Dumping."<sup>10</sup>*

---

<sup>(10)</sup> FRATALOCCHI. A., 2002. *Como exportar e importar*. Errepar: Argentina, p.545.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

Cuando una empresa quiere ingresar a un mercado, en el cual el Estado proporciona subsidios a sus productores nacionales, dicha empresa se halla en condiciones de desigualdad.

Las empresas locales beneficiadas por el subsidio formarán precios más competitivos porque deducen del precio de venta ese beneficio.

Consecuentemente, además de competir en el mercado doméstico podrán competir con mercados internacionales. Si bien el objetivo de éstos no es obtener ventajas competitivas en el proceso exportador, de serlo constituyen serias trabas para los exportadores argentinos que no logran competir con los precios de esos productos subvencionados, ya que en Argentina los productores no cuentan con esos beneficios.

Existen dos tipos de subvenciones que están prohibidas:

- a) las subvenciones a la actividad exportadora
- b) las supeditadas al empleo de productos nacionales con preferencia a los importados, violando el principio de trato internacional, que no permite discriminar un producto una vez importado.

*“Todas las demás subvenciones son recurribles, o sea, atacables, siempre que produzcan efectos desfavorables”.<sup>11</sup>*

El daño debe originarse en la rama de producción nacional similar de otro país.

---

<sup>(11)</sup> FRATALOCCHI. A., 2002. *Como exportar e importar*. Errepar: Argentina, p.548.

*"En general, el concepto de rama de producción nacional, a los efectos de la determinación del daño, se entenderá en el sentido de abarcar el conjunto de los productores nacionales de los bienes similares o aquellos de entre ellos, cuya producción conjunta constituye una parte principal de la producción nacional total de dichos productos. La rama de producción nacional se define luego de establecer claramente el producto idéntico o similar".<sup>12</sup>*

- **Efecto.**

Los subsidios, así como también otros elementos como las tarifas y los cupos, distorsionan el comercio y constituyen medidas fuertemente proteccionistas que aplican algunos países extranjeros.

Como consecuencia de estas estructuras internas de algunos Estados, para Argentina es difícil competir a nivel internacional con esos precios, lo cual genera que la posibilidad de ingresar ciertos productos argentinos en el mercado externo se vea reducida ante ofertas mucho más convenientes.

Los subsidios hacen caer los precios internacionales y perjudican a los productores. El importador se ve beneficiado porque recibe el producto a un valor sumamente competitivo.

Son los consumidores los que se benefician más de lo que los productores pierden. Es decir, que los efectos de estas distorsiones se distribuyen, donde los consumidores tienen también un rol importante.

---

<sup>(12)</sup> FRATALOCCHI. A., 2002. *Como exportar e importar*. Errepar: Argentina, p.537.

Un ejemplo de ello es Estados Unidos: destina aproximadamente 50.000 millones de dólares anuales a subsidiar a los productores de algodón, cereales, oleaginosas, a los ganaderos y tamberos, con lo que también el costo es alto para el gobierno.

En general, los subsidios que se otorgan en ese país como en otros, se dan en el sector agrícola, donde los productores están muy bien organizados y los consumidores no lo están, que en definitiva son ellos los que pagan las ayudas con los impuestos.

El consumidor no percibe ese impacto porque el costo de los subsidios se reparte entre 250 millones de ciudadanos estadounidenses, que no son conscientes de ello, como tampoco son conscientes de que esas ayudas afectan al precio internacional de los *commodities*.

Los *commodities* son productos que cotizan internacionalmente, o sea que su precio se determina por la oferta y la demanda mundiales.

- **Medidas para atenuar las barreras.**

Para evitar estas distorsiones, la Organización Mundial del Comercio (OMC) prohíbe el otorgamiento de ciertos subsidios.

No son admitidos aquellos que se destinan para obtener mejores resultados en un proceso de exportación. LA CONDICIÓN para que un país pueda exigir que se investigue sobre la existencia de estas ayudas es que las mismas **produzcan daño en la industria del país importador de los productos subsidiados.**

Los países perjudicados pueden iniciar un proceso para que se apliquen Derechos Compensatorios que anulan el efecto distorsionado de la subvención.

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

*"Dichos derechos deben ser equivalentes al importe de la parte de Subvención que recibe cada uno de los productos importados procedentes de empresas o sectores beneficiarios de estas ayudas concedidas en terceros países."*<sup>13</sup>

Se deberá presentar información sobre volúmenes de importación y de sus efectos sobre los precios ante la Subsecretaría de Comercio Exterior.

---

<sup>(13)</sup> FRATALOCCHI. A., 2002. *Como exportar e importar*. Errepar: Argentina, p.549

## 1. 2- DUMPING.

- **Concepto.**

*"Se considera que un producto se introduce en el mercado de otro país a un precio inferior a su Valor Normal, cuando su precio de exportación al exportarse de un país a otro, sea menor que el precio comparable, en el curso de operaciones comerciales normales, de un producto similar, (es decir, idéntico en todos los aspectos o, de no existir este, otro que tenga características muy parecidas) destinado al consumo en el país exportador."*<sup>14</sup>

*"El valor normal es el que corresponde con el precio pagado o por pagar por un producto similar al importado, cuando se vende en el mercado interno del país de origen o de procedencia (exportación), en el curso de operaciones comerciales normales."*<sup>15</sup>

Para que exista dumping, el precio debe ser:

a) Menor que el precio comparable, en las operaciones comerciales normales, de un producto similar destinado al consumo en el país exportador, o

b) A falta de dicho precio en el mercado interno de este último país (si el producto no es objeto de ventas comerciales normales en el país de exportación o el volumen de ventas sea bajo), si el precio del producto exportador es:

---

<sup>(14)</sup> FRATALOCCHI. A., 2002. *Como exportar e importar*. Errepar: Argentina, p.532.

<sup>(15)</sup> FRATALOCCHI. A., 2002. *Como exportar e importar*. Errepar: Argentina, p.533.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

- menor que el precio comparable más alto para la exportación de un producto similar a un tercer país en el curso de operaciones comerciales normales, o

- menor que el costo de producción de este producto en el país de origen, más un suplemento razonable para cubrir los gastos de venta y en concepto de beneficio.

Se entiende por producto similar un producto que sea idéntico al producto que se trate. De no existir éste, otro que, aún no siendo igual en todos los aspectos, tenga características muy parecidas a las del producto en análisis.

El derecho antidumping debe aplicarse cuando el dumping cause o amenace causar daño importante a una producción existente o si retrasa sensiblemente la creación de una determinada producción.

*“El mismo tiene por objeto contrarrestar el fenómeno denominado dumping y regula, en consecuencia, los mecanismos para determinar la existencia de dumping y, por otra parte, la aplicación de los derechos antidumping”.<sup>16</sup>*

---

<sup>(16)</sup>.LEDESMA, C.A. y ZAPATA, C.I., 1995. **Negocios y Comercialización Internacional**. Macchi,: Argentina , p.414.

- **Efectos.**

La determinación del precio de un producto a exportar es fundamental en el momento de desplazar competidores o atraer potenciales clientes. Como consecuencia de ello muchas empresas utilizan como estrategia la venta de sus productos a precios muy bajos, en relación a los demás oferentes del mismo producto, con el fin de acaparar clientes y despertar el interés en sus productos o generar argumentos en la oferta que hagan que un cliente abandone a su proveedor y cambie.

Las empresas que aplican el dumping hacen que sus precios sean altamente competitivos en los mercados internacionales, lo cual hace que los países demandantes vean incrementadas sus importaciones en estos productos, pudiendo perjudicar o frustrar el desarrollo de la industria nacional del país importador.

El dumping es condenable cuando cause o amenace causar daño importante a una rama de la producción existente de una parte contratante o si retrasa de manera importante la creación de una producción nacional.

- **Medidas para atenuar las barreras.**

*"La determinación de la existencia de daño se basará en pruebas positivas y comprenderá un examen objetivo de la información suministrada por el denunciante. Esta función estará a cargo de la Comisión Nacional de Comercio Exterior (CNCE) (...). Al respecto investigará exhaustivamente:*

- a) *el volumen de importaciones del producto denunciado y su efecto en los precios de productos similares en el mercado interno, y*
- b) *el efecto del aumento del volumen de las importaciones sobre la actividad investigada, en términos absolutos, o en relación con la producción o el consumo del país importador y, además, si a dichas importaciones se les estableció un precio considerablemente inferior al de un producto similar del país importador o el objetivo es hacer bajar los precios o impedir la subida..."<sup>17</sup>*

La Subsecretaría de Comercio exterior tiene la función de investigar los precios y establecer si las operaciones de importación denunciadas se efectúan a precios de dumping, estableciendo, si se comprueba la existencia, el margen correspondiente.

Cuando se prueba la existencia de dumping, se aplican los derechos antidumping haciendo aumentar los precios un nivel que no supere los necesarios para compensar el margen del dumping. La vigencia del derecho antidumping será por el tiempo y en la medida necesaria para contrarrestar el dumping causante del daño. Cuando el mismo finaliza, se podrá efectuar una nueva presentación para constatar que las causas que dieron origen a los derechos antidumping aún persisten. El país sancionado podrá apelar la medida probando que no se vendió por debajo del costo o que no se perjudicó a la industria nacional del país de importación.

Un ejemplo claro de los efectos de aplicar estas medidas, es el caso del comercio de miel argentina. Los derechos antidumping que pesan

---

<sup>(17)</sup> FRATALOCCHI. A., 2002. *Como exportar e importar*. Errepar: Argentina, p.535.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

sobre la miel argentina desalientan su entrada en Estados Unidos desde octubre de 2001. En 1999 Argentina exportó a Estados Unidos 45.000 toneladas de miel, en 2001 se establecieron los derechos antidumping, durante el 2004 se vendieron menos de 5.000 toneladas.

Los incrementos del precio que se produjeron por la aplicación de derechos antidumping y compensatorios desplazaron a la Argentina del primer lugar en el ranking de exportadores de miel a Estados Unidos al cuarto lugar.

Estas medidas fueron aplicadas a la Argentina en octubre de 2001 como consecuencia de haber exportado por debajo del costo, al ser esto denunciado y probado por los apicultores norteamericanos que su negocio estaba siendo dañado: mecanismo ANTIDUMPING.

En este caso preciso se puede observar como la aplicación de un dumping en una actividad genera ventajas competitivas para el país que los aplica provocando el desplazamiento de otros mercados que ofrecen el mismo producto e incluso imposibilitando a algunos de introducirse en él, además de perjudicar a la producción nacional del país importador. Los mecanismos antidumping aplicados por Estados Unidos como medio de protección de su comercio e industria constituyen una traba para la exportación Argentina la cual debió incrementar sus precios como consecuencia de los aranceles compensatorios que debió pagar como sanción. Consecuentemente, al incrementarse el precio se incorporaron otros oferentes al perder competitividad, reduciendo así sus niveles de exportación.

## 2. BARRERAS PARAARANCELARIAS.

### 2.1. CUPOS O CUOTAS A LA IMPORTACIÓN.

- **Concepto.**

Los cupos o cuotas son cantidades máximas posibles para importar. Con respecto a las cantidades que limitan los volúmenes importados, éstas crean escasez del producto en destino; es decir, se genera una insuficiencia en los productos importados ofrecidos, si éstos se hallan limitados por cuotas y la demanda de importaciones fuera elevada en destino. Estas son trabas cuantitativas que pueden imponer los Estados para crear un mayor nivel de protección a la industria nacional.

Existen distintas clases de cuotas:

- a) Globales o asignadas.
- b) Simples o arancelarias.

- **Globales:** implican que aquellos que primero completen la cuota de importación se verán beneficiados con ese régimen.
- **Asignadas:** a diferencia de la anterior, se distribuyen partes de dichas cuotas entre los potenciales interesados en importar, mediante un sistema similar al de la licitación.
- **Simples:** como su nombre lo indica, sólo establecen un límite cuantitativo de un producto a importar.
- **Arancelarias:** en este caso existe una limitación cuantitativa que si es superada permite la importación con el pago de altos aranceles.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

También existen cuotas o cupos a la exportación, los cuales no se aplican en Argentina, ya que lo que busca el Estado, mayoritariamente, es promover la actividad y no limitarla.

- **Efectos.**

Por lo general cuando un país importador incrementa los volúmenes de compra progresivamente, se encuentra ante lo dificultad de posicionar sus productos internos en el mercado doméstico o hasta inclusive, se ve imposibilitado de desarrollar la producción del bien importado, en caso de no existir en él.

Ante estas circunstancias el país importador limita la entrada de productos exportados, ya sea para proteger su industria o poder desarrollarla. Consecuentemente el país exportador deberá disminuir o limitarse a un cierto volumen de productos a exportar impuesta por el país que adoptó esas medidas.

Un ejemplo actual de esta situación se visualiza en la industria vitivinícola.

El Reino Unido, Estados Unidos, Canadá y Brasil, en ese orden son los primeros importadores de vinos locales.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

### **VENTA ANUAL DE VINOS EXPORTADOS**

<b>Año</b>	<b>Mesa</b>	<b>Fino</b>	<b>Espumoso</b>	<b>Otros</b>	<b>Total</b>
<b>1994</b>	8.412	13.142	945	1.108	23.607
<b>1995</b>	40.850	17.998	1.226	795	60.869
<b>1996</b>	29.199	35.422	982	253	65.856
<b>1997</b>	45.476	72.138	1.200	294	119.108
<b>1998</b>	35.689	102.374	1.689	253	140.005
<b>1999</b>	27.466	86.833	2.752	283	117.334
<b>2000</b>	20.043	96.758	7.865	212	124.878
<b>2001</b>	21.988	120.108	6.514	287	148.897
<b>2002</b>	17.749	103.393	7.100	161	128.403
<b>2003</b>	24.480	139.227	4.969	474	169.150
<b>2004(*)</b>	30.195	85.064	1.870	297	117.426

(\*)Enero-Julio Fuente: INSTITUTO NAC. DE VITIVINICULTURA

Las exportaciones argentinas de vinos finos embotellados a Brasil sumaron 15,1 millones de dólares (más de 915.000 cajas de 12 unidades) entre Enero y Octubre de 2004, un 93% más que en 2003.

El producto argentino es el de mayor consumo en Brasil. Ante el preocupante incremento de los embarques, los vitivinicultores brasileños (alegan que el vino argentino que ingresa es muy barato) solicitaron que se aplicara un cupo de importación de 300.000 cajas cuando el precio sea inferior a los 24 dólares la caja. Por encima de ese cupo reclaman un impuesto de 7,20 dólares por caja.

Este arancel que se recarga incrementa el precio del exportador y probablemente el importador cuente con otras ofertas similares o mejores para optar.

- **Medidas para atenuar las barreras.**

No existen normas o disposiciones que tiendan a establecer algún límite a los cupos o cuotas que impone un Estado en protección de su comercio o industria.

Las posibles formas de atenuar este tipo de medidas dependen casi exclusivamente de la estrategia comercial de cada país exportador ante estas posibles situaciones, como ser buscar mercados alternativos donde colocar el resto de su producción y de antemano conocer si la legislación del país cuenta con la posibilidad de aplicar estas medidas.

## **2.2. RESTRICCIONES SANITARIAS.**

- **Concepto.**

*"Los controles sanitarios tienen como principal objetivo el cuidado de la salubridad del producto tendiente a la protección de la salud de la población que lo consume, llevándose a cabo el control a través de instituciones oficiales de origen y/o destino".<sup>18</sup>*

También pueden existir exigencias sanitarias de los Estados para recibir mercadería. Es el caso de la Unión Europea y Estados Unidos.

---

<sup>(18)</sup> Exigencias de la UE, 2003. *Guía Práctica de Comercio Exterior*, 657, p.3.

La Unión Europea (U.E.) estableció exigencias sanitarias para importar alimentos destinados al consumo humano, las cuales implican cumplir con tres requisitos:

- a) que el país de origen de los alimentos figure en la lista de países habilitados para exportar a la U.E.,
- b) que el país de origen de los alimentos tenga establecimientos elaboradores habilitados por la Comunidad para exportar a ese destino,
- c) que la Comunidad haya adoptado un modelo de certificado sanitario que ampare los productos a importar.

En su mayoría, las revisiones sanitarias tienden a que los productos que se van a exportar tengan un alto nivel de calidad, higiene, salubridad, etc. que en definitiva hacen un producto exportable.

- **Efectos.**

Existen casos en que estas revisiones, por lo general se llevan a cabo a través de análisis químicos y físicos de la mercadería, son excesivamente minuciosos y no aceptan un margen de diferencia con los patrones o modelos que exigen que los productos cumplan, lo cual puede generar que una carga se rechace por no cumplir con los controles preestablecidos.

La exportación argentina, en estos últimos años, debió en forma inminente amoldarse a las mayores exigencias para poder ingresar a mercados internacionales de alto consumo.

En diciembre de 2003, la Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA) exigió que las exportaciones debieran ser previamente avisadas y registrarse las plantas exportadoras a ese país, con el fin de evitar atentados terroristas (normas de bioterrorismo). También Europa añadió requisitos para acreditar la calidad de los bienes.

En Enero de 2004 se estableció como obligación **la trazabilidad** para todo el sector alimentario.

*"La trazabilidad se define como la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución de un alimento, un pienso (ración), un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinados a ser incorporados en alimentos o piensos o con probabilidad de serlo." <sup>19</sup>*

También se estableció la aplicación obligatoria del Análisis de peligros y puntos de Control Críticos (Haaccp), entre otros requisitos.

Básicamente la finalidad es demostrar la calidad del producto e identificar su procedencia, y las empresas deben estar capacitadas para responder a estas nuevas disposiciones con rapidez.

Las normas EuroGap si bien no son obligatorias suelen ser exigidas por algunos compradores europeos.

Estos certificados surgieron luego de que 22 cadenas de supermercados de Europa se unieron con el fin de establecer estándares para el desarrollo de buenas prácticas agrícolas (BPA) comunes a todos los productores de frutas y hortalizas frescas.

- **Medidas para atenuar las barreras.**

Existe un antes y un después en el transporte internacional luego de los ataques terroristas a Estados Unidos en Septiembre de 2001. Las normas de seguridad han ocupado un plano principal en el comercio

---

<sup>(19)</sup> BUDIC, D., 1986. *Diccionario del Comercio Exterior*, Depalma: España, p.189.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

No existen disposiciones o normas que restrinjan la aplicación de este tipo de requisitos o disposiciones sanitarias.

Las empresas deben estar actualizadas constantemente, lo cual se logra a través del asesoramiento de profesionales vinculados al comercio exterior o personal abocado a dicha actividad.

El no conocer una disposición extranjera sobre determinados requisitos a cumplimentar implica que la mercadería preparada para ser exportada no llegue al país de destino o al llegar sea rechazada por no cumplir con los controles.

Esto para la empresa exportadora se traduce en pérdidas monetarias además de tiempo. Las cargas que ingresan con dificultades en territorio aduanero enfrentan un costo extra por permanecer en depósitos fiscales hasta que se regularice su situación.

### **3. BARRERAS ARANCELARIAS.**

#### **3.1. DERECHOS DE EXPORTACIÓN.**

- **Concepto.**

La Constitución Nacional reformada en 1994, hace referencia al comercio exterior, expresando que:

a) El Gobierno Federal provee a los gastos de la Nación con los fondos del Tesoro Nacional formado, entre otros conceptos, por el producto de los **derechos de importación y exportación**. (Artículo 4)

b) Es facultad del Congreso Nacional establecer dichos derechos. (Artículo 75.1)

Los derechos de exportación son cargas tributarias que el Estado Argentino establece a las exportaciones de ciertos productos. Estos impuestos incrementan el precio del producto que se va a exportar y se calcula sobre un precio FOB o similar.

El principal objetivo que tienen estas barreras es incrementar la recaudación fiscal del país que exporta. También se aplican en los casos de exportación de productos con bajos niveles de valor agregado o industrialización, tendiente a impulsar oficialmente la exportación de productos con valor agregado nacional.

Por lo tanto, cuanto menor valor agregado, mayores serán para esos productos los derechos de exportación.

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

*"El derecho de exportación puede ser **ad-valorem** o **específico**. El derecho **ad-valorem** es aquel cuyo importe se obtiene mediante la aplicación de un porcentaje sobre el Valor Imponible de la mercadería, o en su caso, sobre los precios oficiales FOB."*<sup>20</sup>

*"El **derecho específico** se obtiene mediante la aplicación de una suma fija de dinero por unidad de medida."*<sup>21</sup>

Los precios oficiales son determinados por el Poder Ejecutivo Nacional u organismo autorizado por éste.

El Código Aduanero es el instrumento que legisla sobre la determinación del Valor Imponible, es decir, la base sobre la cual el exportador calculará el pago de los derechos de exportación y el cobro de los reintegros y/o reembolsos.

• **Elementos del valor imponible:**

Los productos tienen una historia la cual comienza desde que los mismos son extraídos, producidos, etc., hasta que son consumidos.

Este proceso se desarrolla en ámbitos definidos. Por ello es necesario determinar los elementos de la valoración de la mercadería en estudio:

- un lugar y un momento a los que se debe referir el valor,

---

<sup>(20)</sup> LEDESMA, C.A. y ZAPATA, C.I., 1995 *Negocios y Comercialización Internacional*. Macchi: Argentina, p.414.

<sup>(21)</sup> LEDESMA, C.A. y ZAPATA, C.I., 1995 *Negocios y Comercialización Internacional*. Macchi, Argentina, p.415.

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

- la cantidad y el nivel comercial tienen influencia sobre el valor final de la mercadería

**Precio:** el precio debe estar formado por el valor de la mercadería, el precio de compraventa pactado entre el comprador y el vendedor, independientes uno de otro, al contado. Por ello el precio no debe estar afectado por intereses de financiación y si la venta fuera con pago diferido deberán ser declarados fuera del precio. Sobre los intereses no se pagan derechos de exportación.

También deben separarse del valor de la mercadería los gastos o costos que pudieron haberse generado, con el fin de lograr el valor FOB o equivalente.

El valor declarado por el exportador es el valor FOB y es la Dirección General de Aduanas (DGA) la responsable de determinar si el precio declarado es aceptable o no.

**Tiempo:** el elemento tiempo implica considerar todas las situaciones referidas al bien, a un momento que permanezca invariable.

El Código Aduanero determina que el derecho de exportación se aplica según la norma vigente en la fecha del registro de la correspondiente solicitud de destinación de exportación para consumo.

**Lugar:** es el elemento al cual se van a remitir todos los costos y erogaciones que conforman la Base Imponible, da un límite a los gastos computables en él.

Los gastos son los que corresponden hasta el puerto, aeropuerto o lugar en el que se va a cargar la mercadería con destino al exterior. Dentro de los gastos generados se incluyen:

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

- gastos de transporte y seguro hasta el puerto, aeropuerto o lugar pactado para la carga de los productos (erogaciones vinculadas con el movimiento de la mercadería desde el depósito hasta el costado del medio a través del cual se transportará la mercadería al exterior.).
- Comisiones y corretajes. Se abonan a intermediarios del país o del exterior por gestiones vinculadas con la venta de la mercadería.
- Los gastos para obtener, dentro del territorio aduanero, los documentos relacionados con la exportación.
- Los tributos que se exigen dentro del territorio aduanero, quedando excluidos aquellos que con motivo de la exportación hubieran sido eximidos o cuyos importes deberían ser reembolsados, también los derechos y otros tributos que graven la exportación para consumo.
- Lo que en realidad controla la Dirección General de Aduana es la Base Imponible, que es la diferencia entre el Valor Imponible y los Derechos de Exportación.
- Los gastos de embalaje, cargas, entre otros.

**Cantidad:** las operaciones de exportación presentadas a despacho deben analizarse y valorarse según la venta que las origina, siendo la cantidad a considerar la que se presenta a valoración.

• **Efectos.**

La necesidad del Estado de recaudar para cubrir sus gastos generó la necesidad de crear estas cargas tributarias.

En Argentina, a diferencia de otros países (como Brasil, Uruguay, Chile, donde no se cobra), se establece un impuesto a la exportación representado por los Derechos de exportación, siendo esta la primera de las causas que hacen perder competitividad a la producción Argentina, además de no contar con ningún tipo de subsidios.

Tanto Europa como Estados Unidos establecen subvenciones a los productores agrícolas además de no cobrar dicho impuesto, por lo tanto, las diferencias competitivas son mayores.

A este tributo además se le suman otros, incrementando aún más el precio, pero es la magnitud del impacto del derecho de exportación sobre los precios, lo que hace que Argentina pierda las posibilidades de competir con ciertos productos en el mercado internacional.

En general, la tendencia internacional es eliminar tributos para evitar que se "exporten", es decir que se transfieran al precio del producto, evitando toda distorsión en el comercio.

Actualmente, en Argentina, el agro es el sector con más presión fiscal de la región.

*"Desde poco después de la devaluación, en 2002, el Estado fijó retenciones para todas las exportaciones (...) para granos y subproductos".<sup>22</sup>*

---

<sup>(22)</sup> LONGONI, M., *Feriagro y el pedido de cambios en el esquema de retenciones*, en: <http://clarin.com/diario/2005/03/06/elpais/p-01801.htm>

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

Un productor argentino paga por cada tonelada de granos, impuestos de entre el 41 y 45 por ciento sobre el valor nominal del grano. Esta carga impositiva se destaca sobre los demás gravámenes porque, en el caso de la soja y el girasol, son del 23,5%, y para el maíz y el trigo del 20%. Los productores argentinos piden que las mismas sean eliminadas por ser distorsivas como los subsidios.

El productor argentino incorpora al precio, además del derecho de exportación:

- impuesto al débito y al crédito (cheque),
- tasa inmobiliaria rural (que varía según cada región),
- retención del Impuesto al Valor Agregado (8% por tonelada, que luego teóricamente se lo reintegra el Estado, ya que en realidad lo que se genera es un saldo a favor del productor que se va acumulando),
- retención en la primera venta del Impuesto a las Ganancias (2%),
- Ingresos Brutos,
- Impuesto a los Bienes Personales.

Esto indica que, el productor deberá recalcular cuál será la base del nivel de producción necesaria para no tener pérdidas.

La estructura fiscal Argentina, tiende a cubrir una necesidad de recaudación por parte del Estado, limitando, a largo plazo, la inversión y el desarrollo en detrimento de la competencia con otros países productores de materia prima.

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

### PRINCIPALES IMPUESTOS

Impuesto	Recaudación en millones de pesos	Diferencia abril 05/abril 04
Ganancias	1.956,2	66,4%
IVA	3.000,9	30,6%
Derechos de Exportación	1.220,0	18,3%
Derechos de Importación	296,9	24,5%
Impuesto al cheque	750,8	31,3%
Sistema de Seguridad Social	1.117,8	21,2%

### TOTAL DE RECURSOS TRIBUTARIOS

7.044,5 ABRIL 2004	9.282,3 ABRIL 2005	+ 31,8%
Millones de pesos	Millones de pesos	Diferencia Abril 04–Abril 05

Fuente: AFIP

El gráfico indica que durante Abril de 2005, se han recaudado en concepto de retenciones a las exportaciones \$1.220 millones, con un incremento del 18,3% en relación al mismo mes del año anterior.

#### • Medidas para atenuar las barreras.

La situación económica de Argentina, impide que estos tributos se extingan, por ser importantes fuentes de recaudación.

Principalmente en estos últimos tres años de reactivación de la actividad exportadora, donde uno de los objetivos es mantener los niveles de superávit fiscal para cumplir con el presupuesto nacional y pagar los intereses de la deuda externa.

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

Para mejorar la competitividad y consolidar el crecimiento sostenido de la economía, se requiere impulsar la inversión.

El sector agroindustrial es el que más inversiones realizó en los últimos años:

- más de 4.000 millones de dólares en cultivos tradicionales,
- más de 700 millones de dólares en ampliación y generación de nuevas plantas procesadoras de granos, textiles, carnes, maderas, y cueros, entre otros rubros.

Por esta razón, el sector lucha con las subvenciones internacionales que hacen disminuir la renta de los productores argentinos, y por reducir los impuestos que distorsionan y restan competitividad.

#### **4. OTRAS BARRERAS.**

- **Concepto.**

Dentro de esta categoría se ubican aquellas dificultades, trabas o barreras, que atraviesa en la actualidad la actividad exportadora, como consecuencia de las características propias de la República Argentina y de situaciones externas al país.

Si bien la actividad exportadora se encuentra en continuo crecimiento, la misma se ve entorpecida en algunos casos por las secuelas de una década de crisis que sumergió económica, financiera y socialmente al país. Argentina convive con secuelas, las que se reflejan en la falta de información sobre demandas potenciales, demoras en las devoluciones tributarias, deficiente apoyo estatal, falta de financiamiento, altos costos en trámites aduaneros, insuficiencia de infraestructura adecuada, situaciones sociales que en el exterior no promueven la confianza en el país, entre otras.

Sumándose a la inestabilidad Argentina los conflictos a nivel mundial, como ser guerras, atentados terrorista, incrementos en el valor del petróleo, inseguridad marítima y territorial, etc., que afectan al comercio exterior en general.

##### **4.1. PUERTOS: COSTOS E INFRAESTRUCTURA.**

Hasta 1994, el embarcadero de Buenos Aires era caro e inseguro. En ese año, tras su licitación, cinco terminales pasaron a empresas privadas por períodos de entre 18 y 25 años. Esto significó un cambio rotundo para un puerto que arrastraba problemas de seguridad, altos costos y baja eficiencia. En ese momento el ingreso al puerto era irrestricto, los muelles de uso común, existían depósitos innecesarios, oficinas en

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

desuso en lugares estratégicos, los buques operaban muchas veces con sus propias grúas y se movilizaban unos 250.000 contenedores.

En 1990 el Estado Argentino tuvo grandes pérdidas en juicios por daños y hurtos de cargas por parte de los propietarios de la mercadería. Esto podía apreciarse en las cotizaciones de las pólizas de seguros de las cargas que eran idénticas al valor del capital asegurado. Es decir, que para las empresas aseguradoras el riesgo para las cargas era del ciento por ciento.

Hasta ese momento el Estado no realizaba inversiones en el puerto y tampoco existía intervención de las empresas privadas.

Tras la licitación en 1994, la mayor competencia entre las terminales hizo que los costos bajaran. La ley de puertos 24.093 complementó el contenido del decreto 817/92 generando un nuevo marco regulatorio al transferir los puertos nacionales a las provincias. Dicha ley regula aspectos vinculados a la habilitación, administración y operatividad de los puertos estatales y particulares existentes o a crearse en el territorio de la República.

Se reglamentó la concesión de puertos públicos, vías navegables, servicios portuarios y se permitió la habilitación de puertos privados.

La realidad de ese momento es totalmente distinta a la actual. Al 2005, el puerto tiene 18 grúas pórtico y circulan casi 900.000 contenedores.

Tras las reformas del puerto, renombrado Puerto Nuevo, la década 1994-2004 tuvo un balance positivo, con un aumento del 50% en el volumen de cargas y un 80% el de contenedores.

Argentina atraviesa una etapa de sostenido crecimiento en materia de comercio exterior, en los cordones portuarios de Dock Sud a Zárate. A pesar de ello, existen diversos factores que afectan a las operaciones con ineludibles riesgos para los exportadores e importadores, así como también a los proveedores de servicios de logística.

El nivel de cargas aumentó un 25% en 2004 con respecto al 2003, en mayor proporción la de contenedores. El 90% se movilizó a través del citado cordón portuario.

En 1998 el puerto de Buenos Aires fue líder en América Latina en cantidad de contenedores para luego descender abruptamente hasta 2002.

En la actualidad los volúmenes se acercan a los niveles de 1998 pero con un contexto totalmente distinto.

La carga que se coloca en los contenedores requiere equipamiento, infraestructura y prácticas logísticas muy sofisticadas. Por este motivo, las terminales portuarias son altamente sensibles a factores que puedan perjudicar una logística cuidadosamente programada. Si bien los avances fueron muchos a nivel de infraestructura existen muchos puntos pendientes sin solución, que comienzan a producir efectos.

Las deficiencias portuarias son de orden institucional, estructural, regulatorio y coyuntural (este último referido a la sucesión de medidas de fuerza gremiales adoptadas desde fines de 2004 y principios de 2005). La ausencia de participación de las autoridades ante los reclamos, incrementan los riesgos.

Durante fines de 2004 y principios de 2005,

*"El puerto de Buenos Aires estuvo paralizado en tres oportunidades por reclamos laborales durante un período de dieciséis días de inactividad. La medida de fuerza, según los exportadores (...) paralizó negocios por 150.000 millones de dólares diarios".<sup>23</sup>*

Durante ese lapso los barcos descargaban la mercadería importada y partían sin las cargas de exportación.

---

<sup>(23)</sup> MARTI GARRO, L., *Ronda el fantasma de un puerto sucio*, en <http://www.lanacion.com/diario/2005/01/03/elpais/p-01801.html>

Además, se deben tener en cuenta los impactos de las recientes disposiciones sobre seguridad que hacen aún más compleja la actividad, como el CSI (Container Security Initiative) de la Aduana de Estados Unidos, y el Código Internacional para la Protección de los Buques y de las Instalaciones Portuarias (Código PBIP) de la Organización Marítima Internacional.

#### • Efectos

Las deficiencias mencionadas en las zonas portuarias argentinas generan:

1. pérdidas económicas por inmovilización de cargas que debieron ser congeladas,
2. desistimiento de buques portacontenedores de tocar los puertos, siendo derivados a países vecinos.

Los puertos de Montevideo, puertos del sur de Brasil e incluso Valparaíso en Chile, se encuentran equipados tecnológicamente para competir. Las líneas marítimas eligen a qué puertos les asignarán una función principal y a cuáles una función secundaria, corriendo el riesgo Argentina de ubicarse dentro de esta segunda categoría.

*"El Buque Monte Rosa, es el cuarto de un total de seis buques portacontenedores de 5.552 teu (unidad de medida equivalente a un contenedor de 20 pies) y se encuentra prestando servicios de transporte de cargas para la empresa Hamburg Sud, entre Europa y América del Sur. Entre los destinos programados, se incluyó al puerto de Buenos Aires, a realizarse el 30 de Abril de 2005, pero dada la inexistencia del dragado en los*

*canales de acceso, su ingreso no pudo concretarse".<sup>24</sup>*

El porte de esa embarcación, el ancho y la profundidad del canal fueron insuficientes para posibilitar su llegada.

Otro motivo que desalienta el ingreso de buques al puerto de Buenos Aires es el costo de ingreso, que es de 50.000 dólares, mientras que en otros, como Montevideo, ingresar cuesta 25.000 dólares, con mejor calado y estabilidad en sus operaciones.

Cuando un buque portacontenedor cancela su escala en Buenos Aires y desvía la carga a otros puertos de la región (Uruguay, Chile, Brasil) se genera un costo extra, para el importador que debe traer los insumos desde otros puertos hasta Buenos Aires y para los exportadores, porque los contenedores vacíos quedan en aquellos puertos, por lo tanto para cargar la mercadería desde Buenos Aires al exterior deben ser trasladados.

En la realidad, la única ventaja competitiva es el tipo de cambio, que aún permite seguir operando, pero existen costos innecesarios que podrían evitarse de realizarse las inversiones que se consideran imprescindibles.

- **Medidas para atenuar las barreras.**

Existen puntos pendientes de cambios que afectan y ponen en peligro la actividad exportadora del puerto de Buenos Aires, principal centro exportador del país.

Los reclamos por dichos problemas no han encontrado repuestas en las autoridades. Los reclamos apuntan a:

---

<sup>(24)</sup>URIA, L., *El puerto y las terminales*, en: <http://www.lanacion.com/diario/2005/05/17/elpais/p-01801.html>

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

1. dragar el acceso, para posibilitar el paso de buques portacontenedores de alta capacidad y evitar que se desvíen a otros puertos alternativos,
2. despenalizar la tarifa del peaje en relación con otros puertos ,
3. reducir gastos corrientes de la Administración General de Puertos (AGP) ,
4. que AGP invierta en infraestructura,
5. mejorar los accesos terrestres y ferroviarios (necesarios para conectar el puerto con los ramales ferroviarios),
6. reducir las tasas de exportación.

En caso de no adoptarse medidas, Buenos Aires dejará de ser un puerto principal y quedará como alimentador de Montevideo o Río Grande. Inclusive el 50% del tráfico de Montevideo se trasborda a Argentina o Paraguay.

El Puerto de Buenos Aires está en crisis no sólo por el desarrollo de su actividad, sino porque su encuadre jurisdiccional no permite programar. Actualmente el puerto depende de las autoridades nacionales y se busca que pase a ser responsabilidad de la ciudad de Buenos Aires para que las soluciones sean más rápidas al tomar contacto directo con los problemas.

## **4.2. COSTO DE FLETES.**

*"Las características del producto y del transporte influyen en la fijación del flete (...), como ser: densidad de la mercadería, que determina el espacio que ocupa por tonelada; la forma de la mercadería y de los embalajes; el riesgo por rotura, (...)"<sup>25</sup>*

### **4.2.1. A nivel externo.**

Las empresas navieras transportadoras de contenedores han incrementado sus costos durante el 2004 casi mensualmente. Estas medidas son adoptadas no por necesidad en sus costos, sino porque se encuentran en una situación de fuerza que les permite seguir haciéndolo. En América Latina, los aumentos de los fletes desde principios de 2003 llevan una suba promedio del 35% para la Costa Atlántica y del 45% para el Pacífico, por ser este último tráfico el más transitado (como ser destinos a Estados Unidos y norte de Europa). Las principales empresas navieras (como ser Shipping Co., Grupo Multimar, entre otras) sostienen que los precios seguirán incrementándose hasta el 2006 pero a niveles más reducidos.

Los motivos que elevan las tarifas son variados, pero la principal causa del aumento es el encarecimiento del charteo o alquiler de buques portacontenedores. Actualmente el 60% de la flota mundial dedicada a los servicios regulares está integrada por buques arrendados, por lo tanto, el costo de los cargadores va a depender de las oscilaciones del alquiler.

---

<sup>(25)</sup> MORENO, J.M., 1993. *Manual del Exportador. Teoría y Práctica Exportadora*. Macchi: Argentina, p.367.

Además, la gran demanda de buques desanima a los armadores a mandar sus embarcaciones a desguace, lo que hizo encarecer el acero que se recicla para fabricar nuevos buques o contenedores los cuales escasean. También existen otros factores: la demanda creció muy rápido, la escalada del petróleo, los nuevos requerimientos de seguridad y el desequilibrio en los tráficos.

La fluctuación cíclica de los fletes a lo largo de los años se debe a que la industria marítima es de reacción tardía y la oferta no es inmediata a la demanda. Durante el 2001 y principios de 2002 los fletes estaban muy bajos y la capacidad disponible crecía más que la demanda.

Como las perspectivas del comercio a nivel mundial no eran buenas dados los problemas sobre seguridad marítima, se ordenaron construir muy pocos buques con fecha de entrega 2003.

Actualmente las órdenes de construcción superan el 50% de la capacidad existente, cuando en el 2001 era del 20% y con fecha de entrega 2008.

- **Efectos.**

El costo del flete es un elemento que compone el precio de exportación, por lo tanto, un incremento en él genera aumento en el precio. Esto puede hacer que el precio de exportación argentino sea desplazado por un precio más competitivo de otro oferente.

- **Medidas para atenuar las barreras.**

No existen disposiciones que regulen o limiten el incremento en el costo de los fletes. Las empresas deberán adecuarse a estos cambios haciendo variar otros costos para compensar estos incrementos.

#### **4.2.2. A nivel interno.**

A nivel nacional, el norte de Argentina presenta serias dificultades con respecto a los fletes.

Los productores y transportistas locales encuentran varias barreras para transportar la mercadería a exportar:

- gran distancia a los puertos hace que el costo de los fletes aumente,
- la necesidad de reactivar el ferrocarril, como medio alternativo de transporte, (aunque fueron los camiones los que reemplazaron paulatinamente al tren),
- falta de sitios de almacenaje,
- ausencia de créditos para renovar los equipos.

#### **• Efectos.**

A estas dificultades, se le suma la competencia de camiones brasileros y bolivianos, además de los continuos cortes de ruta que demoran la marcha.

Los camiones de Bolivia ingresan con menos exigencias de seguridad que las unidades nacionales, por lo tanto compiten con ventaja sobre los argentinos. Existen contratos celebrados con Brasil para exportar mercadería en los cuales dicho país envía sus equipos restando fuentes de trabajo argentinas.

La zona Norte Argentina es rica en minerales y con gran actividad de exportación. Actualmente se transporta con camiones, pero ante las desventajas competitivas, se considera fundamental la reactivación del ferrocarril, para atenuar dichas desventajas.

Un producto muy importante de esa zona, es la soja. Durante el 2005, los problemas climáticos hicieron mermar la producción de soja, por lo tanto los problemas de transporte no fueron notorios, pero si creciera la

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

producción en forma sostenida, comenzarán a surgir los inconvenientes de transporte y almacenamiento.

La falta de camiones obligan a realizar contrataciones anticipadas para asegurar los equipos, pero cuando se superponen las cosechas con otras regiones, es casi imposible una contratación inmediata.

- **Medidas para atenuar las barreras.**

En la actualidad, en algunos puntos del país los vagones son importantes medios de transporte: además de cargar cereales y cemento, botellas de vino de exportación en contenedores se trasladan desde las bodegas, desde Buenos Aires a Cuyo y provincias mesopotámicas. La concesionaria de ferrocarriles de carga América Latina Logística (ALL), acondicionó locomotoras, vías y vagones para prevenir robos y asegurar la inviolabilidad de los contenedores (*flexi-tanks*: tanques flexibles para el transporte de líquidos que pueden cargar 24.000 ltrs.).

La recuperación económica y la reactivación de la demanda del transporte en general, llevaron a muchas empresas del sector a emprender la postergada renovación de su flota, y en algunos casos, hasta ampliarla.

A pesar de las dificultades crediticias que se presentan en el mercado financiero, el leasing (alquiler con opción a compra) adquirió un importante papel como alternativa para adquirir nuevas unidades; vencido el contrato, el camión puede ser devuelto y cambiado por otro nuevo.

El transporte de carga se encuentra en un proceso de recuperación después de largos procesos de crisis económica que produjo una fuerte desinversión, se evitó el recambio de equipos y se eliminó del mercado a muchas pequeñas y medianas empresas.

#### **4.3. IMAGEN DE ARGENTINA EN EL EXTERIOR.**

En los últimos diez años, Argentina fue atravesando distintos niveles de crisis. La crisis económica, financiera y social, se fue reflejando al exterior a través de imágenes de hechos violentos, paros, huelgas, cortes de rutas y otros accesos importantes, reclamos a los bancos, problemas con las relaciones exteriores, etc.

En 1994 Argentina atraía inversiones ante una imagen de estabilidad económica. A partir de 2001 esa imagen cayó considerablemente.

Existen antecedentes de empresas fabricantes y exportadoras nacionales, a las cuales sus clientes del exterior les exigían que en lugar del rótulo *Made in Argentina*, los productos debían llevar el de *Made in MERCOSUR*, por temor a que se les dejara de proveer. En otros casos se optó por cambiar de proveedor.

En estos últimos dos años se experimenta una leve mejoría, pero igualmente la imagen que se recibe es lo que hace percibir la realidad de un país.

#### **4.4. AUSENCIA DE CULTURA EXPORTADORA.**

En Argentina, las limitaciones que restringen un acceso fluido y continuo en la actividad comercial internacional, tienen como causa inicial la ausencia de cultura exportadora.

La misma puede ser definida como una barrera propia de cada empresa, de sus perspectivas y proyecciones.

- **Concepto.**

*"La cultura o conciencia exportadora, se define como la actitud positiva de un empresario para poder dar origen y desarrollar vínculos progresivamente en el ámbito*

*internacional, asumiendo compromisos a mediano y largo plazo con los mercados externos.*"<sup>26</sup>

La conciencia exportadora, se compone de cinco características que permiten dar su concepto:

**Mental:** es una actitud estrechamente vinculada al pensamiento y estrategia directiva empresariales. Esta cultura o conciencia reside en la **mente del empresario**, lo impulsa y lo estimula a acceder e integrarse al comercio internacional. Esta visión positiva de los mercados internacionales no debe ser exclusiva de los altos niveles directivos de una empresa. Esta concepción **debe fluir en todos los sectores** del ente, con el objetivo de desarrollar en todos los niveles una conciencia exportadora.

- **Razonable:** la actitud del empresario debe tener una gran base de razonabilidad. Para ello deberá conocer y comprender la complejidad que presentan los mercados globales. Esto le permitirá contar con los elementos necesarios para desarrollar una estrategia de comercialización racional y progresiva para poder acceder a dichos mercados.

- **Positiva:** el empresario no debe negar las dificultades que presenta el comercio internacional, pero si deberá poner énfasis en los potenciales beneficios que puede crearse a favor de la empresa, al poder desarrollar una actividad internacional:

- a) incrementar utilidades,
- b) mejor reparto de los costos,
- c) aprovechar la capacidad ociosa,

---

<sup>(26)</sup>FURNARI,P. y BRUSELLA, J.,1997. Sistemas formadores de precios de exportación, *Revista Marítima*, 359, p. 2.

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

- d) diversificar los riesgos,
- e) etc.

- **Gradual:** esta actitud posibilita que a través de la toma de decisiones, la empresa se acerque al desarrollo de actividades de exportación. Además se desarrolla dentro de la empresa un proceso de retroalimentación a través de las distintas experiencias que se van desarrollando a nivel internacional. Esta capacidad de autoaprendizaje hace que la conciencia exportadora se auto impulse a lo largo del tiempo. Esta graduación hace que, a medida que el empresario adquiere experiencia internacional, vaya diversificando los destinos en los cuales introducirá sus productos progresivamente. Gradualmente también se irán incrementando las dificultades, ya que existen mercados a los cuales es más fácil acceder que a otros. Esto implica que la empresa realice una creciente asignación de recursos monetarios, financieros, humanos, etc., a medida que se va afianzando en la actividad.

- **Estable:** este enfoque constituye una actitud estratégica. La empresa puede plantear acceder al mercado internacional como objetivo principal, siendo la guía de otros objetivos menores. Este comportamiento no tiene efectos en el corto plazo. Es una visión empresarial con objetivos de largo alcance.

Factores que afectan su formación:

- **Temor a lo desconocido y resistencia al cambio:** muchas empresas visualizan la complejidad y heterogeneidad de un mercado internacional, como una barrera insalvable. La empresa se carga de incertidumbre ante ello y tiende a aferrarse a un ambiente conocido, que es aquel en el cual se desenvuelve: el mercado interno.

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

- **Experiencias fallidas:** puede ser que la empresa haya tenido malas experiencias previas, lo que puede hacer dudar sobre la posibilidad de comercializar en el exterior e inclusive reconsiderar si la empresa es apta para esa actividad. El empresario debe analizar las causas de esos fallos y a partir de ahí podrá determinar si requiere asesoramiento técnico, mayor información para acceder al mercado internacional.
  
- **Desconocimiento de aspectos positivos del comercio internacional:** existen distintos incentivos que la actividad brinda a las empresas, como ser:
  - a) incremento de utilidades,
  - b) incentivos fiscales,
  - c) incentivos crediticios,
  - d) incentivos impositivos,
  - e) etc.
  
- **Seguridad del mercado nacional:** cuando el empresario mantiene un cierto nivel de actividad interna, puede considerar innecesario diversificar sus operaciones a otros mercados.
  
- **Desconocimiento de la realidad global:** el empresario puede desconocer algunos principios actuales del contexto global. La creciente interconexión de las economías nacionales a través de flujos comerciales, financieros y comunicacionales, son esenciales para la actividad empresaria. El desconocimiento de esta tendencia globalizadora puede generar dificultades a su organización. El empresario puede considerar que si su producto se vende en el mercado interno, el mismo se encuentra desconectado del entorno internacional, o que no es apto para ingresar a los mercados mundiales.

- **Medidas para atenuar las barreras.**

Para este tipo de barreras, surgen como posibles soluciones, los denominados **impulsores de internalización empresarial**. Estos factores son diversos e inciden directa o indirectamente sobre un empresario.

Tienen como objetivo:

- Apoyar.
- Motivar.
- Acompañar a la organización en su cambio de actitud.

Entre ellos se mencionan:

- ***Distintas situaciones que puedan producir en el empresario o en algunos de sus empleados determinado grado de apertura mental hacia los mercados internacionales:*** dentro de estas situaciones se incluye la realización de cursos de capacitación en comercio exterior, la asistencia a conferencias sobre temáticas internacionales, actualizarse a través de suplementos o programas informativos sobre comercio exterior, asistir a las ferias comerciales, conocer o indagar sobre la realización de actividades comerciales en el exterior de un competidor local.
- ***Distintas personas que puedan tener influencia en la empresa para llevar a cabo el cambio de perspectivas:*** se incluyen a operadores o intermediarios que realizan actividades relacionadas directa o indirectamente con el comercio exterior, por ejemplo, personal que se ha incorporado a la empresa con conocimiento en comercio internacional, consultores en comercio exterior, transportistas internacionales, brokers y compañías comercializadoras, entre otras. Es importante también tomar contacto con despachantes de aduana, asesores de organismos

gubernamentales de fomento de actividades de comercio internacional, sector externo de instituciones financieras, etc.

- ***Determinadas situaciones de carácter económico coyuntural o de estructura del mercado local:*** las situaciones de depresión o recesión económica del mercado interno, o la existencia de un ambiente muy competitivo a nivel nacional que impide aumentar la participación en el mercado doméstico, pueden ser factores generadores de la conciencia exportadora. En algunos casos la necesidad de supervivencia o búsqueda de caminos alternativos, hacen que los empresarios incurran en un cambio.

Es importante que una vez que se logra ingresar al mercado internacional, exista regularidad en la actividad y perseverancia, aunque las condiciones en el mercado interno sean muy favorables, ya que es muy fácil perder un cliente internacional pero muy difícil recuperarlo. La empresa debe profundizar sus estrategias comerciales a nivel internacional, independientemente de la situación en la que se encuentre el mercado local.

## **DESARROLLO- RESULTADO**

### **ANÁLISIS DEL CASO: EMPRESA "EL PROYECTO S.R.L."**

Con el fin de determinar cuáles de las barreras previamente analizadas son las que afectan hoy a las empresas argentinas, se ha analizado en una empresa local su operatoria en el comercio exterior. Dicha empresa ha iniciado su actividad exportadora en el año 2003.

Este análisis permitirá:

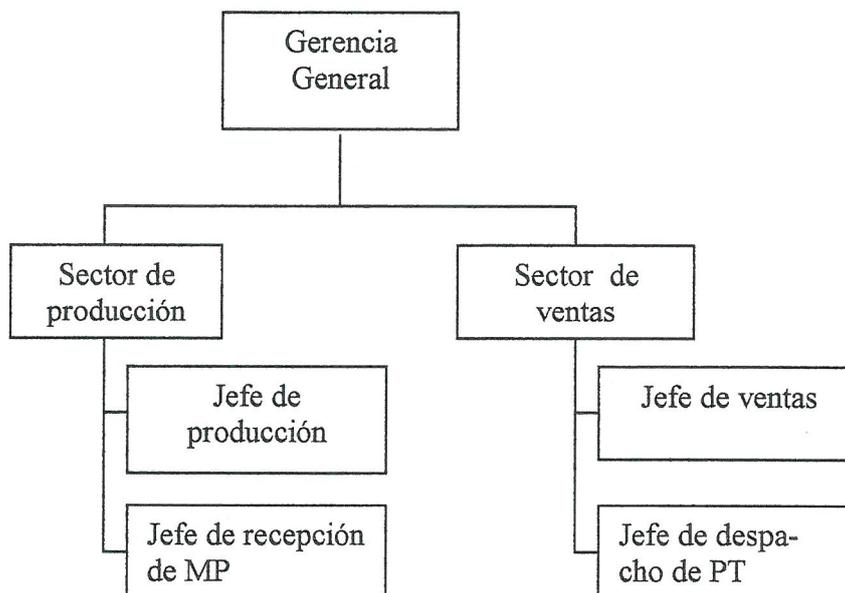
- conocer las causas que impulsaron a esta empresa a iniciarse en la actividad exportadora,
- individualizar cada etapa que conforma una operación de exportación, a través de la evaluación de diversas operaciones,
- determinar en esas etapas la presencia o no de barreras, y de existir establecer sus efectos.

#### **1) DATOS DE LA EMPRESA SELECCIONADA:**

- **Razón social:** El Proyecto S.R.L.
- **Actividad principal:** elaboración y venta de pescado fresco y congelado.
- La empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Mar del Plata.

## **2) DATOS COMPLEMENTARIOS DE LA EMPRESA "EL PROYECTO S.R.L.":**

### **2.1) Estructura organizativa:**



### **2.2 ) Estructura operativa de "El Proyecto S.R.L.":**

La empresa cuenta con una Gerencia General a cargo de su único dueño. El gerente general tiene como principal función concretar operaciones de compra de pescado fresco y venta del mismo elaborado o en el estado que se adquirió.

La compra de la materia prima (MP) se realiza directamente a los buques fresqueros que arriban al puerto de Mar del Plata. Las condiciones de venta son al contado y la materia prima que se adquiere se paga a los siete días de fecha de facturación.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

La misma posee un sector destinado a la producción en el cual se desempeñan un jefe, quien está encargado de coordinar a 40 empleados y de recibir la materia prima que llega a la fábrica.

La empresa posee dos cámaras congeladoras. En una de ellas se deposita temporariamente la mercadería para mantener su calidad.

A los empleados se les designan periódicamente funciones de corte, fileteado, despinado y embalaje de la mercadería en función de las características de los pedidos.

Una vez que la mercadería se envasó en sus correspondientes cajas para el traslado, se deposita en el sector de ventas, donde se haya la otra cámara congeladora. La mercadería permanecerá allí hasta su traslado en transportes adaptados también a las características del producto para mantener su calidad.

El jefe de ventas controla que la salida de cajas del sector de producción coincida con el ingreso de las mismas a su sector y coteja que se mantenga la temperatura adecuada del producto. Recibe del Jefe de Despacho el remito de salida donde figura el nombre del cliente, la cantidad y código de la mercadería despachada y confecciona la factura consultando la lista de precios.

El jefe de despacho del producto terminado (PT) coteja los remitos de salida con cada pedido de los clientes autorizado por el Gerente General, y se encarga de cargar la mercadería al transporte, rotular cada caja y enviar junto a la misma la documentación que la acompaña (remito y guía de tránsito).

La empresa inició sus actividades en 1998 dedicándose exclusivamente a la venta de pescado en el mercado interno. A partir de 2001 sus ventas se vieron fuertemente afectadas por la marcada crisis económica y financiera que afectó a toda la sociedad.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

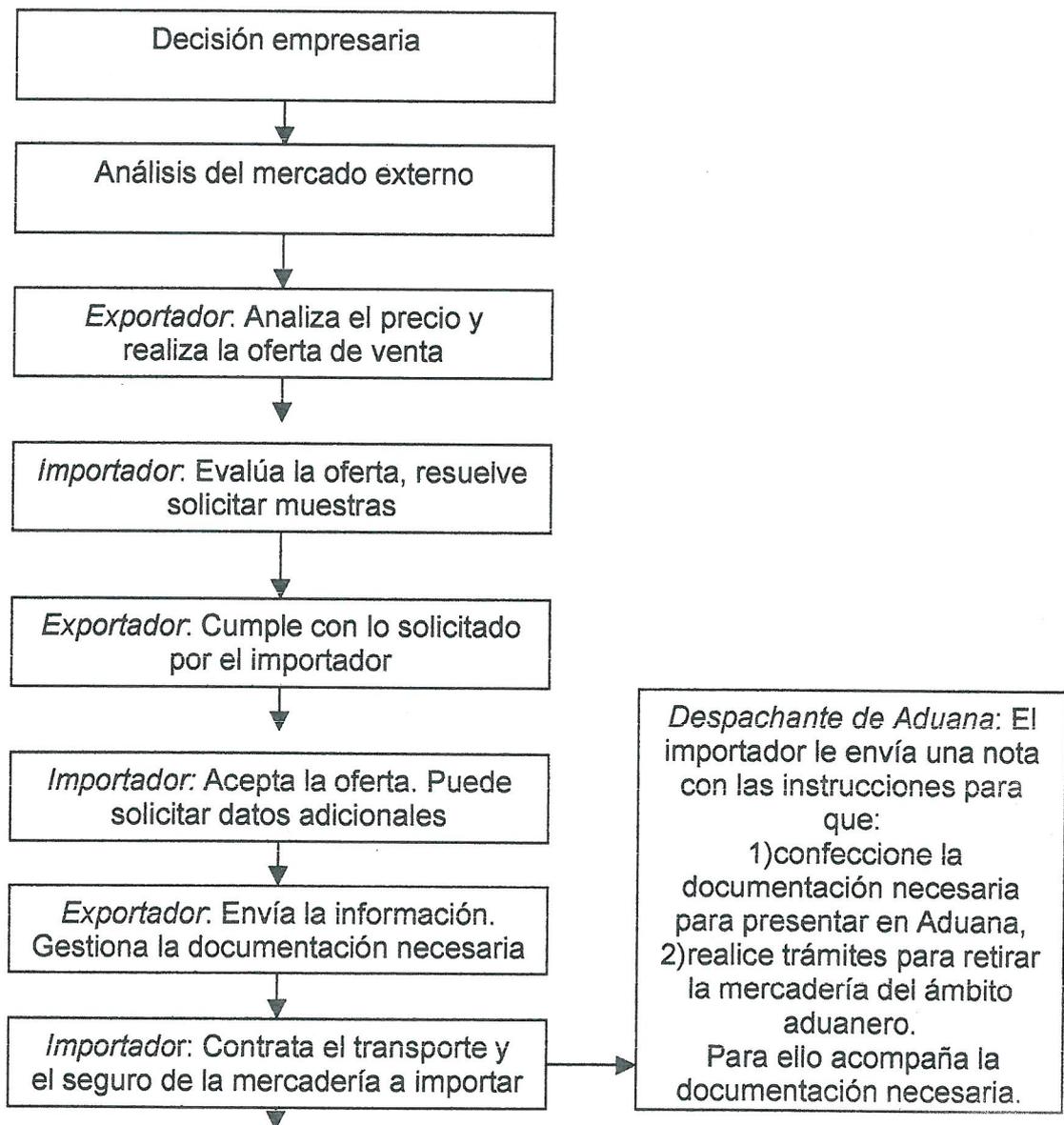
**VENTAS ANUALES REALIZADAS POR LA EMPRESA “EL PROYECTO S.R.L.” :**

<b>Año</b>	<b>Ventas en Kg. Aprox.</b>	<b>Aumento aprox. de precios</b>	<b>Ventas anuales en \$ mercado interno</b>	<b>Ventas anuales en \$ mercado externo</b>
<b><u>1998</u></b>	<b>76.720,00</b>		<b>115.080,00</b>	<b>Sin actividad</b>
<b><u>1999</u></b>	<b>71.911,00</b>	<b>10%</b>	<b>122.250,00</b>	<b>Sin actividad</b>
<b><u>2000</u></b>	<b>59.661,00</b>	<b>10%</b>	<b>101.425,00</b>	<b>Sin actividad</b>
<b><u>2001</u></b>	<b>35.366,00</b>	<b>70%</b>	<b>99.025,00</b>	<b>Sin actividad</b>
<b><u>2002</u></b>	<b>27.053,00</b>	<b>70%</b>	<b>78.455,00</b>	<b>Sin actividad</b>
<b><u>2003</u></b>	<b>45.138,00</b>	<b>75%</b>	<b>85.780,00</b>	<b>45.123,00</b>
<b><u>2004</u></b>	<b>70.400,00</b>	<b>85%</b>	<b>100.650,00</b>	<b>110.550,00</b>

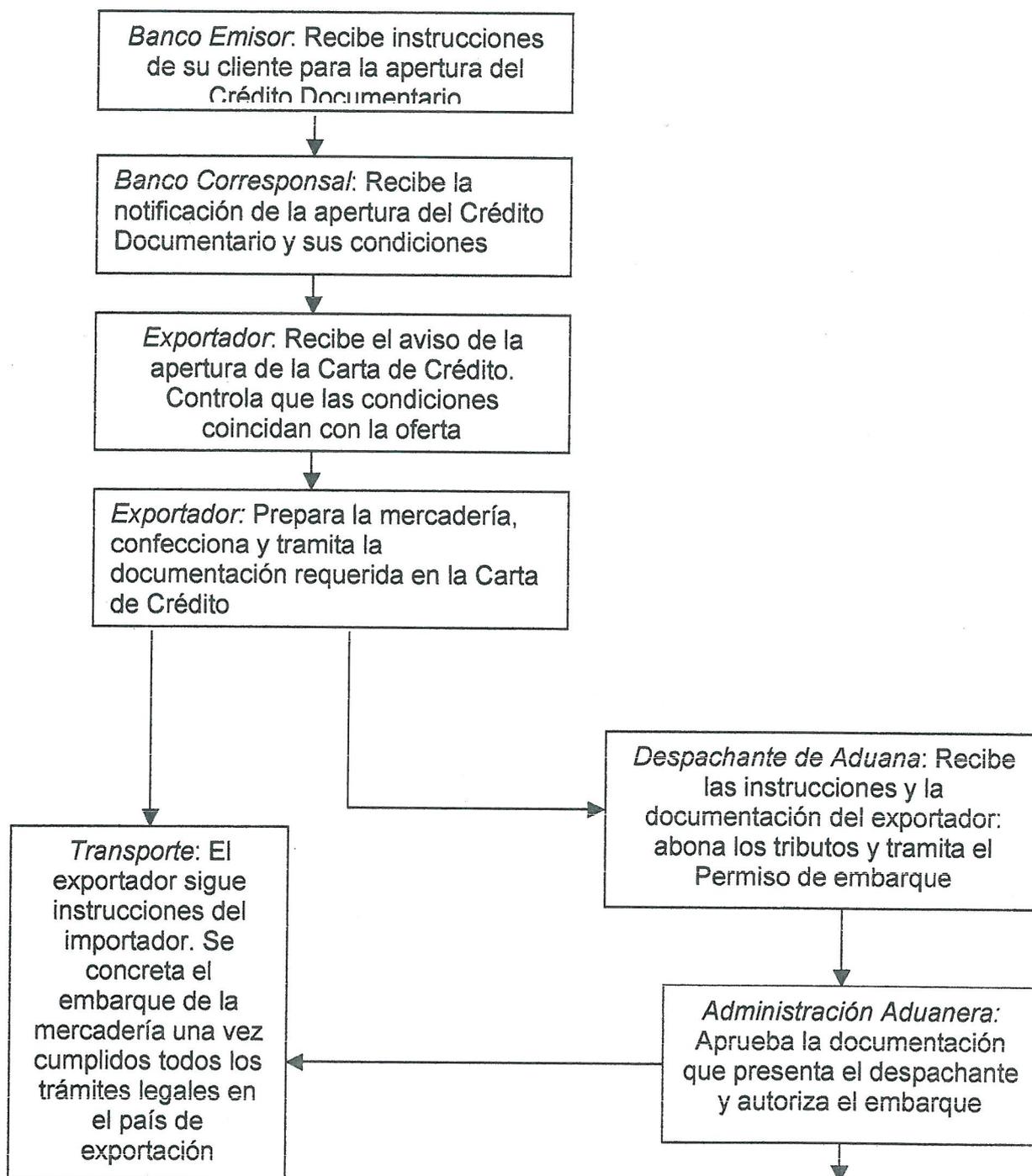
La empresa experimentó desde 1998 a 2001 un incremento aproximado del 10% en los precios del pescado, lo cual hizo que los volúmenes de venta fueran disminuyendo.

A partir del 2001 los precios se incrementaron aproximadamente un 70%, lo mismo en el año 2002, 75% en el 2003 y aproximadamente 85% en el año 2004.

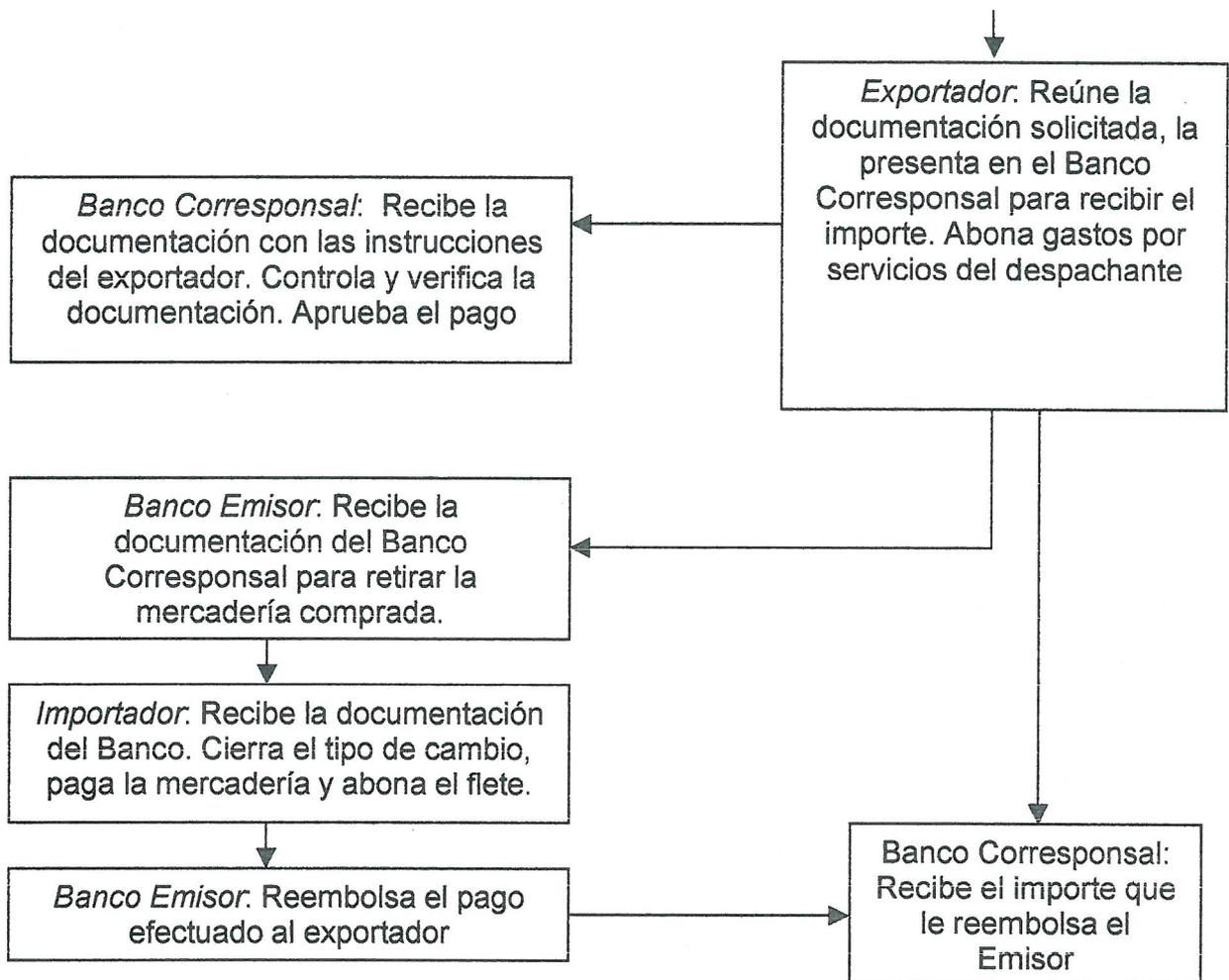
Los incrementos de precios desde el 2001 fueron ocasionados por la inflación generada por la devaluación de la moneda nacional.

**3) ETAPAS QUE CONFORMAN LAS OPERACIONES DE EXPORTACIÓN****ANALIZADAS:**

## "Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela



## "Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela



## “Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

Para identificar las barreras que afectan al desarrollo de una operación de exportación, se analizarán las tres primeras etapas del proceso, en las cuales el exportador realiza todos los esfuerzos necesarios para lograr concretar la operación:

- **Decisión empresarial**
- **Evaluación del mercado externo**
- **Evaluación del precio y envío de la oferta.**

### **3.1) DECISIÓN EMPRESARIA:**

Se consideró significativo indagar cómo y por qué la empresa se inicia en la actividad exportadora, con el fin de determinar si existe solidez, responsabilidad y seriedad en el proyecto.

A partir de la crisis que generó la devaluación de la moneda nacional en el año 2001, la empresa, al igual que muchas otras, fue seriamente afectada por esa crisis.

Paralelamente a la disminución de la demanda en el mercado local, la crisis imperante generó la aparición de un gran número de operaciones de compra y venta de pescado en el **mercado informal**. La finalidad de realizar operaciones en estos mercados es evadir impuestos, evitar el pago de cargas sociales, etc. lo que hace que los precios que en ellos se manejan sean considerablemente inferiores a aquellos que logran establecer las empresas que operan legalmente.

Por estas razones, los productos de “El Proyecto S.R.L.” no podían competir con los de aquellos oferentes, haciendo que sus ventas disminuyeran aún más.

La necesidad de recuperar sus ventas provocó en la empresa la necesidad de explorar nuevos destinos, motivo por el cual comenzó a indagar sobre la forma de insertarse en un mercado internacional.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

Dado que los mercados informales no dejan de operar, la Gerencia General optó por desarrollar este emprendimiento en forma paralela a las ventas en el mercado interno.

Es importante para la empresa no abandonar su actividad de origen con el fin de diversificar riesgos.

Tomada la decisión de realizar estos negocios con el exterior, la empresa percibió que las ventas, en general, no se concretarían rápidamente sino después de continuos estudios y laboriosas gestiones. La incorporación en un mercado externo requiere cumplir con diversos requisitos propios de la actividad y a los que hay que sumarle las exigencias del país de destino y la fuerte competencia internacional. No sólo se requiere invertir tiempo sino también organización y medios para lograr el objetivo.

El empresario (Gerente General) antes de realizar averiguaciones para conocer el campo de la exportación, realizó un análisis previo de la situación real de su empresa, condiciones y posibilidades que puedan favorecer al desarrollo de la actividad.

1. **conciencia exportadora del empresario y la empresa:** analizó su grado de entusiasmo y positivismo ante el proyecto y su capacidad para transferirlo a todos los sectores del ente;

2. **los costos, calidad, cantidad, continuidad y conducta:** la empresa consideró que su importante trayectoria en el mercado interno y compromiso hacia sus clientes sería una ventaja importante para adaptarse al mercado externo.

El empresario considera que el principal medio que tiene una empresa para ingresar a un mercado es **EL PRECIO**, por lo tanto este elemento requiere un análisis detallado al momento de configurarse.

Para “El Proyecto S.R.L.” la calidad debe ser superior y ser uniforme en todos los envíos y es considerada una característica inherente a cada uno de sus productos. La

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

empresa utiliza un sistema de calidad basado en especificaciones escritas, que generalmente provienen, como en el caso analizado, del sector directivo para luego incorporarse a todas las funciones y operaciones de la empresa.

**La conducta** para esta empresa involucra tres actitudes:

- **responsabilidad empresarial:** significa tener plena conciencia de la importancia de asumir un compromiso al concretar un negocio con el exterior, para poder dar un cumplimiento satisfactorio.
- **Honestidad comercial:** implica proceder de buena fé e idoneidad en el cumplimiento de las obligaciones y los compromisos asumidos.
- **Vocación de servicio:** implica estar dispuesto a encarar los negocios y compromisos con buena predisposición para poder satisfacer las necesidades de la demanda.

**3. condiciones del país:** el empresario consideró la inestabilidad del país como un elemento importante para el cálculo de sus beneficios, razón por la cual decidió mantener sus niveles de venta en el mercado interno y desarrollar nuevos clientes en el exterior;

**4. condiciones del mercado externo:** el empresario tomó conocimiento de aquellos puntos de destino con menos requisitos de importación para poder ingresar, con el fin de poder cumplir en su totalidad con aquellos requeridos para luego ir incrementando los niveles de dificultades en otros destinos, en base a los resultados que se fueran obteniendo.

Este proceso previo de capacitación del personal y de evaluar posibilidades se inició a principios del año 2002.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

En octubre de 2003 la empresa logró realizar su primer exportación. Durante el 2004 el número de operaciones ascendió a tres y hasta junio de 2005 ha conseguido concretar cuatro operaciones.

**3.1.2) DECISIÓN EMPRESARIA: ANÁLISIS y RESULTADOS.**

1. No se han detectado en esta etapa dificultades que pudieran tener incidencia en la concreción de una operación. En ella, el empresario toma conocimiento de distintos aspectos desconocidos por éste, pero que no configuran una barrera.

2. Es importante que la empresa en su conjunto se encuentre plenamente convencida de la importancia y conveniencia de diversificar los mercados hacia el exterior, a esto se le llama tener **CONCIENCIA EXPORTADORA**.

La empresa “El Proyecto S.R.L.” eliminó una de las principales barreras por las que atraviesan las empresas argentinas en la actualidad.

El nivel superior de la empresa, conformado por su dueño, ha generado perspectivas fuertemente convincentes de llevar a cabo las operaciones con éxito, por este motivo ha transmitido a todo su personal las mismas convicciones de trabajo, las cuales se fueron consolidando a medida que el empresario fue tomando conocimiento en el tema exportación.

Muchas empresas pretenden apelar al recurso de la exportación sólo para resolver problemas derivados de una particular situación que atraviesa la empresa. La necesidad de recuperación económica puede llevar a una empresa a realizar este tipo de operaciones sin conocer sus capacidades internas, derivando esto en operaciones negativas en cuanto a sus resultados.

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

Es fundamental que la empresa toda se concientice de que la actividad de exportación deja de ser beneficiosa y se convierte en antieconómica y frustrante si el empresario encara la actividad en forma oportunista.

**Muchos obstáculos podrán ser resueltos si previamente al desarrollo de la operación la empresa realiza una revisión de sus características propias.**

El contenido del temario dependerá del empresario y particularidades del ente. Este conocimiento y toma de conciencia de los aspectos fundamentales y problemas a encarar, le permitirán formular una política de ventas altamente razonable.

### 3.2) EVALUACIÓN DEL MERCADO EXTERNO:

Una vez que la empresa "El Proyecto S.R.L." finalizó la evaluación de sus condiciones y concluyó favorablemente, el empresario continuó con el desarrollo de la investigación de las posibilidades de venta de sus productos en el exterior.

Al no contar con experiencias previas y desconocer a la demanda, decidió tomar contacto con el mercado internacional a través de una empresa del mismo sector, dedicada a la exportación. Ésta última, a cambio de una comisión (calculada sobre el valor FOB de la exportación) realizó la operación a nombre propio.

En esta experiencia, las ganancias de esta exportación para "El Proyecto S.R.L." resultaron prácticamente nulas, por dos motivos:

- La empresa exportadora estableció como condición para realizar la exportación una comisión importante (3,5% sobre valor FOB).
- La empresa "El Proyecto S.R.L." no obtuvo ningún beneficio de los que promueve la actividad exportadora, ya que la operación fue realizada en nombre de la empresa exportadora.

Concluida la operación, el empresario analizó los resultados. Si bien en términos monetarios el negocio no fue positivo y no logró tomar contacto con un posible cliente, el empresario rescató de esta experiencia los conocimientos recibidos sobre destinos posibles y requisitos que debe cumplir el producto.

Este antecedente motivó a la empresa a inscribirse en el Registro de Exportadores y confeccionar la documentación a nombre de "El Proyecto S.R.L." (facturas tipo E y remitos

### “Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

de exportación). Es un paso importante para la empresa, ya que sólo realizando la operación a nombre propio se pueden percibir todos los beneficios de la exportación, como ser el reembolso del impuesto al valor agregado, cobro de reintegros, etc.

Para realizar estos trámites debió contratar los servicios de un Despachante de Aduana y realizar operaciones a través de un broker, cuya actividad se basa en conseguir clientes para los productos de la empresa.

Actualmente la empresa destina sus productos a Brasil y Estados Unidos, por ser destinos, a diferencia de la Comunidad Europea, con exigencias habituales de exportación. El empresario afirma hoy, que es necesario acumular experiencias, aunque a largo plazo, para luego acceder a otros mercados con mayores requisitos.

#### **3.2.1) EVALUACIÓN DEL MERCADO EXTERNO: ANÁLISIS Y RESULTADOS.**

1) En esta etapa, al igual que la anterior, el empresario toma conocimiento de determinados puntos que desconoce, entre ellos, los posibles destinos de la mercadería y las exigencias de las mismas. En este punto específicamente, la empresa remarca los excesivos requisitos que establece Comunidad Europea para recibir productos importados. Estas exigencias son calificadas como barreras sanitarias y de comercialización, entre las que se mencionan:

**Requisitos sanitarios:** todos los productos pesqueros comercializados en la Unión Europea deben cumplir las condiciones sanitarias y veterinarias fijadas por la legislación comunitaria.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

Incumbe a las autoridades de los Estados miembros, o de los países terceros que exportan sus productos hacia la Unión Europea, garantizar que la legislación nacional en materia sanitaria se ajusta a la legislación sanitaria comunitaria.

Uno de los tantos requisitos que más dificulta a las empresas a acceder a estos destinos es cumplir con las disposiciones sobre la estructura edilicia del lugar donde se procesa la materia prima, hasta la obtención del producto final.

La fábrica, en este caso, debe poseer una estructura edilicia fijada por dicha comunidad. Básicamente lo que se pretende es mantener todos aquellos espacios físicos por donde la mercadería atraviesa durante el procesamiento, aislada de todo elemento, que sin tener una higienización adecuada, puedan tener contacto con la mercadería. Esto incluye contar con indumentaria para el personal adecuada a cada etapa del proceso y cada sector individualizado. Todo esto debe ser constatado por Senasa, a través de la cual se logran las habilitaciones.

**Requisitos de comercialización:** la comercialización de los productos pesqueros está sujeta a normas comunes y a una obligación de información al consumidor. Las normas comunes de comercialización para determinados productos pesqueros (Reglamento (CE) nro.2406/96 del Consejo, 26/11/1996) tienen como finalidad eliminar del mercado los productos de calidad insatisfactoria y facilitar la comercialización de los productos de calidad. Las normas van dirigidas a determinados productos que se ponen en venta por primera vez en el territorio de la Comunidad para el consumo humano. Existen dos normas comunes que deben cumplirse en la comercialización de los productos pesqueros: frescura y el calibre del producto. Las especies a las que se aplican las normas de comercialización también deben respetar los tamaños mínimos biológicos cuando estos se fijan por razones

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

de conservación de los recursos pesqueros. El Reglamento mencionado enumera las especies a las que se aplican las normas de comercialización (por ejemplo: abadejo, atún blanco, atún rojo, patudo, arenque, sardina, anchoa, camarón, lenguado, etc.).

**Un buen diagnóstico profesional sobre la situación en los mercados externos del producto analizado, permite encarar cambios necesarios para superar deficiencias, adaptar los productos a las demandas, analizar la realización de inversiones para incrementar o mejorar la producción, inversiones necesarias para acceder a otros mercados, etc.**

En esta etapa lo más dificultoso es la selección del profesional que investigará el mercado externo. El empresario deberá analizar sus antecedentes profesionales, indagar si existen en el sector otras empresas que hayan utilizado sus servicios.

Si bien esto representa un costo adicional, no es un costo que tenga gran influencia en la determinación del mismo, y además es muy necesario contar con este servicio para darle seguridad a la operación, sobre todo para aquellos empresario que se inician en la actividad.

### **3.3) DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN:**

#### **A) Método utilizado para calcular el precio:**

La empresa "El Proyecto S.R.L." realiza un detallado análisis de los costos que integran el precio de exportación, como paso previo a confeccionar la oferta o cotización. En este documento, una de las variables que se incluye es el precio, como valoración monetaria de lo que está ofreciendo. También hace referencia a la cantidad que podrá enviar.

Este análisis es realizado por el gerente de dicha empresa por ser el único con acceso a todos los valores de los elementos que participan en el proceso de producción.

El empresario ha confeccionado una planilla de cálculo como herramienta de trabajo, en la cual clasifica los distintos costos. Para completarla, selecciona todos los comprobantes de compras (facturas) de insumos, materiales, materia prima, resúmenes bancarios, etc. que tengan vinculación con la exportación. Discrimina aquellos ítems vinculados exclusivamente al mercado interno y aquellos relativos al mercado externo. Aquellos compartidos se imputan en forma estimativa.

#### **B) Oferta del producto:**

Para poder vender sus productos, la empresa utiliza los servicios de un comisionista (broker), cuya función es de intermediación entre el cliente en el exterior y el vendedor o exportador. El empresario abona por estos servicios una comisión, calculada sobre el valor FOB de la operación, establecido así por el comisionista.

### C) Políticas de precios:

La empresa utiliza un precio orientado hacia los costos , es decir, lo constituye a través de una sumatoria de distintos gastos (productivos, comerciales, financieros, de exportación, etc.) más un margen de utilidad que lo conforman. El empresario considera a los costos como un límite inferior en la fijación de precios, o sea, considerar a los costos como una restricción por debajo de la cual no fijará el precio.

La empresa "El Proyecto S.R.L." realiza una minuciosa segregación de costos, diferenciando aquellos imputables exclusivamente a ventas en mercado interno y aquellos imputables al mercado externo y asigna un prorrateo para aquellos comunes a ambos mercados.

Una vez obtenido el precio, el Despachante confecciona el documento de oferta o cotización, el que debe incluir información como:

- descripción de la mercadería en su forma comercial, técnica y aduanera,
- partida arancelaria de la mercadería, según reglas de clasificación arancelaria,
- medio de transporte utilizado, cuestiones sobre seguro de la mercadería,
- envases y embalajes,
- forma y plazo de pago, fecha para la vigencia de las condiciones de la oferta.
- **El precio internacional completo:** incoterms, moneda extranjera en que se cotiza la mercadería, cantidad de unidades monetarias.

Es por ello, muy importante ofrecer una cotización al exterior, abrir una discusión hacia otras cuestiones conexas al precio. El empresario, podrá descubrir así, las distintas motivaciones del comprador con respecto al producto ofrecido, para despertar el interés en la operación.

## "Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

Determinación del precio

CONCEPTO: filet de lenguado	VALOR por Kg.
<b>A) Costo de producción</b>	
a.1) Materia Prima	1,55
a.2) Mano de obra	0,70
a.3) Gastos de flete	0,45
a.4) Embalajes y congelación	0,80
a.5) Luz, gas y tel.	1,00
<b>PRECIO PARCIAL</b>	<b>4,50</b>
<b>B) Gastos de exportación</b>	
b.1) Muestras	
b.2) Gastos terminal	
b.3) Intervención Senasa Bs.As.	
b.4) Depósitos SIM	
<b>B.1) Gastos de exportación (sobre valor FOB)</b>	
b.5) Gtos. y honorarios despachante	0,50%
b.6) Comisión broker	2,00%
b.7) Gastos bancarios	0,20%
b.8) Derechos de Exportación	5,00%
	7,70%
<b>PRECIO FOB APROXIMADO \$</b>	<b>4,85</b>
- Reintegro	(3,40%) 0,17
+ Utilidad neta del imp.ganancias	10%
<b>PRECIO FOB APROXIMADO \$</b>	<b>5,14</b>

### **3.3.1) DETERMINACIÓN DEL PRECIO: ANÁLISIS Y RESULTADOS.**

**1) Las barreras con mayor impacto sobre las operaciones analizadas han sido halladas en esta etapa, es decir, en el momento en que la empresa determina el precio de exportación.**

1.1) En el ítem **b.2)** (en cuadro de costos), el empresario incluye como un posible costo el uso de una terminal.

Este costo se encuentra presente en aquellas operaciones que se realizan desde el puerto de Buenos Aires hacia el país de destino. Esta condición de venta es establecido por el comprador que contrata los servicios de un portacontenedor con sede en dicho puerto. En el caso analizado, dicho costo está ausente, dado que se ha pactado la salida de la mercadería desde el puerto de Mar del Plata.

Como se ha mencionado en el marco teórico, el Puerto Nuevo de Buenos Aires cuenta con costos operativos muy elevados los cuales se trasladan al precio. Consecuentemente, el uso de este puerto genera un costo adicional (como el uso de servicios obligatorios de Senasa de la Provincia de Buenos Aires, transportar la mercadería hasta ese puerto, etc) .

Los empresarios consideran este costo totalmente injusto e innecesario, el cual al ser significativo hace que tenga gran impacto en el precio, donde muchas veces es imposible evadirlo o disminuirlo si el importador impone esta condición para realizar la operación.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

1.2) **Derechos de exportación.**

Para la empresa “El Proyecto S.R.L.”, así como para economistas y especialistas en comercio exterior, los derechos de exportación son calificados como barreras arancelarias.

El empresario considera que el efecto de los mismos es realmente importante en la operatoria. La distorsión que genera este arancel en la concreción de operaciones con el exterior es amplia:

- La empresa debe adicionar al derecho de exportación como un **costo**, el cual se incorpora al precio del producto, lo que hace que éste sea sensiblemente afectado, ya que los porcentajes fijados para estos derechos son, en su gran mayoría, elevados en relación al resto de los costos que integran el precio.

- La empresa debe **competir con países** que carecen de este tipo de aranceles, lo cual hace que los precios de éstos sean mucho más competitivos que los de las empresas argentinas, como ser Brasil, Uruguay o Chile, y además existen otros competidores, como Estados Unidos que además de ser un importante importador de pescado también es un fuerte competidor en las exportaciones, donde no sólo no existen estos aranceles sino que además otorga subsidios a sus empresas.

- El gobierno percibe estos aranceles en forma inmediata, es decir, cuando el importador gira los fondos cancelando la operación, el exportador debe acercarse a un banco nacional autorizado, para abonar el monto de los derechos en su totalidad, es decir, sin deducir el reintegro que le pudiera corresponder (el reintegro, si existe, es recuperado por el exportador posteriormente). La forma en que el Gobierno Argentino percibe estos aranceles impide a la empresa contar con la totalidad de los fondos en forma líquida, lo que en ciertos casos es necesario para concretar mejores operaciones de compra de materia prima.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

El empresario considera que el Ministerio de Economía, organismo encargado de fijar dichos porcentajes, los establece en base a las necesidades propias, dejando de lado la idea de promover a la actividad exportadora como punto de reactivación.

En el caso planteado sobre cómo la empresa determina el precio de exportación, la mercadería analizada (filet de lenguado) posee un derecho de exportación del 5%, y un reintegro del 3,4%. En el caso de la merluza el derecho es igual, pero el reintegro es del 2%. Cuanto mayor valor agregado tenga el producto, menor será el porcentaje de derecho de exportación.

Puede observarse claramente en el ejemplo, que estos porcentajes superan cualquier otro costo y que una reducción en el mismo haría que el precio fuera significativamente más competitivo.

En el cálculo del precio, el valor del reintegro que se percibe, se descuenta de los costos, ya que una vez que el derecho se paga en su totalidad, posteriormente el gobierno lo reintegra. Existen productos que no poseen reintegro, por lo general, son aquellos con altos derechos de exportación. Por deficiencias en la estructura financiera argentina, estos pagos de reintegros se demoran, trasladando así esas deficiencias a la empresa.

“El Proyecto S.R.L” cuenta con casos en que los derechos de exportación constituyen el motivo del fracaso de sus operaciones. Determinadas especies no pueden ser vendidas al exterior por tener un costo para exportar muy elevado, lo que hace que la empresa no pueda competir. Ejemplo de estos casos son: el calamar, merluza HG, y la mayoría de las especies enteras.

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

El gobierno alega el bajo nivel de valor agregado para fijar aranceles elevados, sin embargo la empresa destaca que para poner en marcha una operación de exportación de pescado existen varios costos que participan, inclusive la mano de obra para el lavado, en algunos casos corte de cabeza o cola, acomodamiento, embalaje, transporte hasta el lugar de procesamiento, etc.

A continuación se expone un ejemplo donde la empresa pierde competitividad en el precio:

**Determinación del precio**

CONCEPTO: calamar	VALOR por Kg.	
<b>A) Costo de producción</b>		
a.1) Materia Prima	3,00	
a.2) Mano de obra	0,20	
a.3) Gastos de flete	0,45	
a.4) Embalajes y congelación	0,80	
a.5) Luz, gas y tel.	1,00	
<b>PRECIO PARCIAL</b>	<b>5,40</b>	
<b>B) Gastos de exportación (idem caso anterior)</b>		
<b>B.1) Gastos de exportación (sobre valor FOB)</b>		
b.5) Gtos. y honorarios despachante	0,50%	
b.6) Comisión broker	2,00%	
b.7) Gastos bancarios	0,20%	
b.8) Derechos de Exportación	<b>10,00%</b>	12,70%
<b>PRECIO FOB APROXIMADO \$</b>	<b>6,09</b>	
- Reintegro	<b>(0,00%)</b>	
+ Utilidad neta del imp.ganancias	10%	
<b>PRECIO FOB APROXIMADO \$</b>	<b>6,63</b>	

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

En este caso, el producto analizado es el calamar, el cual posee un derecho de exportación del 10% y no posee reintegro alguno. La empresa concluye que aún eliminando del cálculo del precio a su ganancia, lo cual haría que la operación no justificara sus esfuerzos, el precio que se obtiene es superior al de su competencia. La empresa estima que el precio de venta del calamar en el exterior, entre el año 2004 y 2005 osciló entre los \$4,80 y \$5,50 por Kg, quedando así fuera del mercado.

**1.3 ) Flete.**

La empresa considera una barrera más en sus operaciones internacionales, a los altos costos de los fletes encargados de transportar los contenedores al lugar de destino.

La empresa “El Proyecto S.R.L.” realiza operaciones pactadas con valor FOB para el exportador y CIF para el importador, como términos específicos de la compra-venta.

En estas condiciones venta, el exportador no incluye en el cálculo de la formación del precio de exportación los costos de seguro por pérdidas o daños de la mercadería y flete desde la empresa hasta el costado del buque que la transportará, quedando dichas erogaciones a cargo del importador o comprador del exterior.

En este caso, cuando el importador recibe el documento en el cual el exportador formaliza su oferta o cotización e incluye las condiciones mencionadas de venta, de ser aceptadas, éste debe adicionar al precio establecido por la empresa, los costos que le demande asegurar la mercadería contra pérdidas o daños y el costo de transportarla, desde el momento que la misma fue colocada por el exportador al costado del buque que realizará el traslado.

Por lo tanto, si el importador concluye en un precio no satisfactorio, rechazará la oferta y consecuentemente no podrá desarrollarse la operación.

### “Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

Al igual que los derechos de exportación, la dificultad que representa el alto costo de los fletes, constituyen barreras imposible de ser atacadas directamente por la empresa por ser externas a ella.

Las grandes empresas prestadoras de servicios de transporte a través de buques portacontenedores, bien sean propietarias o arrendatarias, han aprovechado el incremento de la demanda de estos servicios ante el creciente movimiento de mercadería entre países, para aumentar en forma continua los precios de los mismos. En respuesta a estos incrementos, las empresas no han percibido una disminución en la demanda ya que los márgenes de utilidades lo permiten.

El problema que se plantea en Argentina, es que las empresas cargan cada vez con mayores costos adicionales que se traducen en continuas reducciones de esos márgenes de utilidad, llegando en algunos casos a no poder concretarse una operación por quedar el precio del producto a exportar fuera de mercado.

#### **OTRAS BARRERAS DETECTADAS:**

##### **1.4) Impuesto al Valor Agregado.**

La legislación argentina ha adoptado para el Impuesto al Valor Agregado (IVA) el criterio de imposición denominado “país de destino”. El objetivo de este criterio es no incidir en el precio de los productos que salen al exterior con este impuesto.

De esta manera, Argentina da cumplimiento a las disposiciones establecidas por la Organización Mundial del Comercio (ex GATT) en cuanto a no generar traslados al exterior de los impuestos indirectos, por el mecanismo de los precios.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

*“La neutralización de los efectos del IVA para los bienes y servicios que se exporten es una aplicación del “criterio país de destino”, por el cual se armonizan las potestades tributarias de los distintos Estados nacionales, aceptando que el país donde se consume sea el que grave dicho consumo.*

*El criterio de imposición en destino se estructura en la ley de IVA a través de dos medidas:*

- El inciso d) del artículo 8 de la ley de IVA, declara exentas a las exportaciones.*
- Por otro lado, los artículos 43 y 43.1 del texto legal, establecen en un régimen especial de reintegro del IVA en beneficio a las exportaciones”.<sup>27</sup>*

La ley de IVA permite que los exportadores computen contra el impuesto que adeudaren por sus operaciones gravadas, el impuesto que se le hubiere facturado por bienes, servicios y locaciones que destinaren efectivamente a las exportaciones o a cualquier etapa en la consecución de las mismas, siempre que dicho impuesto este vinculado a la exportación y que no hubiera sido utilizado ya por el responsable.

Por lo tanto, este impuesto puede ser transferido, acreditado o devuelto hasta el límite que surja de aplicar sobre el monto de las exportaciones realizadas en cada ejercicio fiscal, la alícuota de este impuesto, actualmente del 21%. Si existiera un excedente reintegrable, se podrá trasladar a períodos fiscales siguientes.

---

<sup>(27)</sup> KERN, J.R., 2004 *Valor agregado*. Errepar: Argentina, p.227.

“Barreras en la exportación” – Di Bona Gabriela

Las exportaciones se encuentran exentas del impuesto al valor agregado. Es por ello, que el Estado permite que los montos pagados en concepto de IVA en las compras gravadas vinculadas al comercio exterior, sean devueltos o transferidos.

En la teoría, esta posibilidad de recupero, representa un beneficio que se desprende de las operaciones internacionales.

En la actualidad, la empresa “El Proyecto S.R.L.”, así como muchas otras, perciben estos beneficios distorsionados por demoras en los trámites administrativos y financieros del país.

El empresario considera una **barrera financiera** a las **tardanzas en la devolución** del impuesto al valor agregado que se hubiera pagado en cada compra vinculada al comercio exterior

Si bien el Estado permite computar el crédito fiscal generado en esas compras contra el pago del impuesto que pudiera existir en el mercado interno, dicho cómputo tiene un límite, por lo tanto el remanente se acumula ejercicio tras ejercicio. Esto provoca que dichos montos de capital queden inmovilizados, afectando financieramente a la empresa y crea la necesidad de solicitar su devolución.

Esta es una barrera muy común entre las empresas argentinas, pero poco se hace por mejorar estas deficiencias tributarias.

## CONCLUSIONES.

En base a la investigación realizada sobre las barreras que afectan a la actividad exportadora, puede afirmarse que las empresas argentinas encuentran las mayores dificultades al momento de conformar el precio de exportación de sus productos.

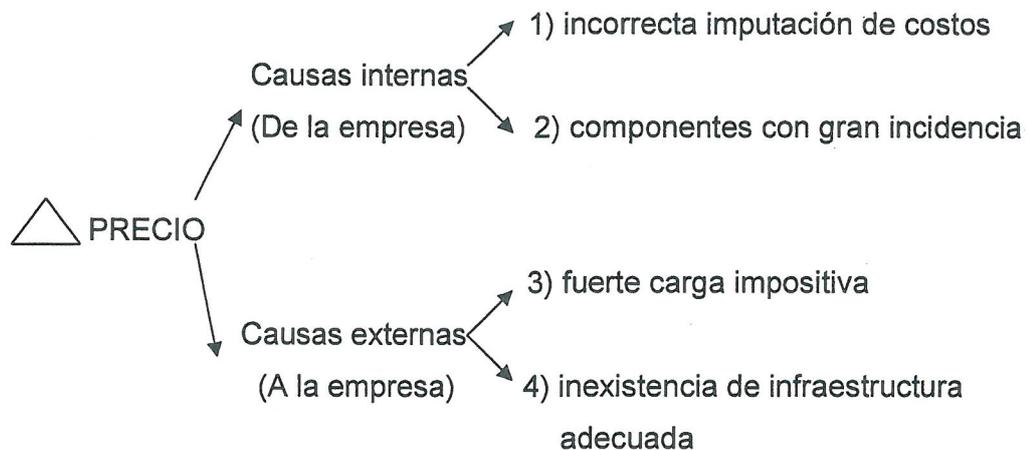
Se ha podido establecer, que el precio no es un elemento aislado o propio de cada empresa, sino es el conjunto de una serie de costos que pueden verse afectados por distintos factores internos y externos a la empresa.

Existe un grave problema de costos, ya que son muy elevados y dejan a la organización fuera del contexto de competencia internacional.

A pesar de cumplir con todas las exigencias sanitarias y de calidad, el **precio** de la mercadería ofrecida se ha convertido para las empresas argentinas en el elemento determinante para su acceso a los mercados internacionales.

- A) En base a lo investigado, se considera de gran importancia que la empresa pueda **identificar las causas** que pudieron haber dado origen a un alto precio de exportación en una empresa, antes de desechar la operación.
- B) Establecidas las causas, se podrán adoptar, cuando sea posible, medidas para disminuir costos. Si las causas detectadas tienen origen interno, la empresa podrá tomar medidas directas. Si las causas tienen origen externo, es decir que la empresa no las controla, se deberían tomar medidas desde el sector público.

**POSIBLES CAUSAS QUE GENERAN UN PRECIO DE EXPORTACIÓN ELEVADO:**



**Los precios pueden ser elevados por dos motivos:**

**A) Por causas internas a la empresa:** las cuales pueden ser atacadas por ésta:

**A.1.) Incorrecta imputación de los componentes** que forman parte del producto a exportar. La empresa puede incluir algún elemento que no corresponde en el precio del producto exportado.

**A.2.) Ciertos componentes que generan una gran carga o incidencia** en el precio final del producto (envases, embalajes, insumos, etc.).

**B) Por causas externas a la empresa:** causas del entorno y sobre las cuales prácticamente no tiene control:

**B.1) Fuertes cargas impositivas** que inciden en forma negativa en la formación de precios competitivos. **Las diferencias de competitividad con otros países, se originan por diferencia de los entornos legales existentes entre ellos. Puede afirmarse que para las empresas argentinas las cargas impositivas constituyen la barrera con mayor incidencia en la concreción de sus operaciones.**

En algunos casos se generan en ambientes nacionales una carga de normas emitidas por distintos organismos gubernamentales, las cuales tienden a afectar una determinada serie de operaciones y tramitaciones que obligatoriamente debe realizar el exportador. Ese enjambre de requisitos legales y trámites (autorizaciones, controles, presentación de documentos) constituyen un entorno nacional altamente burocrático y con un sesgo antiexportador.

**B.2) Inexistencia de una infraestructura adecuada** a nivel nacional, incide negativamente en el cálculo del precio. La infraestructura en el comercio internacional es un punto elemental para no incrementar los costos y ahorrar tiempo, como puentes, aeropuertos, puertos, galpones, depósitos fiscales, hidrovías, corredores bioceánicos, etc. El Estado debería desarrollar la infraestructura en sectores estratégicos del país, aunque en muchos casos se recurre al sector privado para ello.

**Propuestas para obtener un precio de exportación competitivo:**

<b><u>Medidas que pueden adoptar directamente las empresas argentinas</u></b>	<b><u>Medidas que debería aplicar el Estado Argentino</u></b>
Asociativismo Revisión del precio Terciarización Reducción de cargas del Estado	Plan de promoción de las exportaciones

© **A aplicar por las empresas:**

- **Asociativismo:** las empresas se asocian entre sí para compartir gastos que son necesarios para ingresar al comercio internacional. De esta manera la incidencia de estas erogaciones es menor a nivel individual sobre el precio exportado, generando ofertas competitivas al exterior.

Existen en la actualidad muchos empresarios que se asocian para vender. Un ejemplo de ello, se encuentra en el Partido bonaerense de San Martín donde 17 pequeñas y medianas empresas autopartistas se unieron, dando así origen al **primer consorcio exportador** de fabricantes de piezas de automóviles de la zona. Esto les permite cumplir con los volúmenes pedidos y además disminuir costos al producir mayores volúmenes.

- **Revisión del precio:** el empresario debe analizar y estudiar cada elemento que compone el precio e imputar sólo aquellos que realmente integran el producto exportado. Existirán componentes que corresponderán cargarlos al precio de venta interno, como la publicidad

en el país de origen, y otros que sólo corresponderán al precio de exportación, como la folletería internacional. También se deberá evaluar la conveniencia de importar o producir los componentes de un producto, para reducir costos.

- **Terciarización:** en algunos casos se puede terciarizar parte o todo el producto que se elabora, derivando actividades hacia empresas externas que tengan un proceso de elaboración más eficiente. De esta manera también se logra disminuir los costos que integran el producto exportado.

Por estos motivos, también puede observarse en la actualidad que han cambiado las formas en que cada operador, ya sea un despachante o agente de cargas, ofrecen sus servicios al mercado. A través de la denominación "**logística integral**", el servicio cubre una gran cantidad de prestaciones para una transacción internacional e incluye el diseño y la coordinación de distintos medios de transporte, almacenaje, consolidación y desconsolidación de contenedores, seguros de carga y servicios aduaneros. Es una forma de restar costos.

- **Reducción de cargas del Estado:** esta solución se encuentra totalmente fuera del alcance del empresario, pero puede participar activamente en la formación de lobbies. Estos son grupos o actividades de presión, para petitionar a los Estados la reducción de cargas que afectan directamente a la exportación y al mercado interno.

La empresa deberá seleccionar un mecanismo acorde a sus necesidades.

© **A aplicar por el Estado Argentino:**

En cada ejemplo que se ha incorporado a esta investigación, surge el reclamo de las empresas hacia el Estado argentino, en busca de medidas que protejan a la actividad exportadora. La mayoría de estos reclamos apuntan a la modificación de la estructura tributaria y financiera del Estado argentino.

Los emprendimientos y esfuerzos privados no pueden lograr un pleno desarrollo si el gobierno central y las diversas instituciones gubernamentales de los distintos niveles del Estado no fijan una política integrada de exportación. El Estado tiene entre sus funciones, la de colaborar en el diseño del perfil exportador. El Estado debe ser uno de los principales impulsores y promotores para que las empresas puedan contar con un apoyo adicional para llevar a cabo la actividad exportadora.

Las distintas organizaciones estatales deben servir de apoyo a las pequeñas y medianas empresas que no poseen la capacidad para diseñar políticas de marketing internacional, no tiene la aptitud para establecer contactos o detectar oportunidades para realizar negocios.

Así como se hizo referencia a la ausencia de cultura o conciencia exportadora en el empresario, lo mismo puede aplicarse al Estado Argentino. El sector público no debe visualizar al comercio exterior que desarrollan las empresas argentinas como medio de recaudación y elemento para mantener un superávit fiscal alto. Este es un objetivo a corto plazo, que se agota y termina por desalentar a la actividad.

El comercio exterior debe constituir para el gobierno una actividad a la cual se debe apoyar como al resto de las actividades que se desarrollan en el país, independientemente de los variados beneficios que la operatoria genera con el tipo de cambio.

La exportación permite desarrollar industrias, fomentar empleo, promover la capacitación del personal, estimular el consumo interno, etc.

El sector externo es una variable de importancia para cualquier país, por lo cual se debe implementar un adecuado, coordinado y armónico plan para el fomento de mercados internacionales.

El Estado debe elaborar un plan de promoción de exportaciones, el cual deberá permitir la inserción de las empresas argentinas en el mercado externo. Además, este elemento permitiría a las empresas tener un marco de referencia en la toma de decisiones.

Este plan debería contar con las siguientes características:

- **Articulación:** permitir conectar y ser congruente con otros planes de esencial importancia, que se deberían desarrollar paralelamente, como ser:
  - Plan nacional productivo, de calidad e innovación tecnológica,
  - Plan de desarrollo de infraestructura adecuada para facilitar el comercio exterior (remodelación de vías, caminos, rutas, accesos ferroviarios, reactivar ferrocarriles en desuso, etc.).
  - Otros planes que contribuyan a:
    - uso eficiente del gasto público,
    - **procurar el rediseño del sistema tributario nacional para reducir las cargas impositivas, principal causa de la pérdida de competitividad de los precios argentinos en el exterior.**
    - Etc.

- **Complementación:** las actividades que pueda desarrollar el gobierno deben complementarse con las que desarrollan otros agentes de cambio del comercio exterior y las empresariales, los bancos que gestionan instrumentos de pagos internacionales, agentes de transporte y los de seguro, las consultoras en comercio exterior, las distintas organizaciones no gubernamentales. La planificación integradora permite asistir a las empresas.
  
- **Gradualismo:** la aplicación debe ser coordinada y progresiva. Se deben implementar en forma eficiente las políticas básicas, así como la puesta en práctica de los diferentes programas operativos y no debe existir superposición de funciones en los distintos organismos involucrados para evitar que se tomen medidas contradictorias.
  
- **Integración y coherencia con los principales objetivos de política económica:** el plan debe contribuir en forma concreta a los distintos objetivos económicos de un país:
  - asignación eficiente de recursos,
  - estabilidad de precios,
  - balance de pagos equilibrado,
  - pleno empleo,
  - crecimiento,
  - desarrollo sostenido.

El diseño e implementación deben tener una estrategia a largo plazo. Debe proyectarse no sólo para la sociedad actual sino también para el desarrollo de la sociedad futura.

El Estado debe enfocar su accionar hacia los productores locales teniendo en cuenta aspectos tales como:

- producción y productividad,
- regionalismo,
- infraestructura y logística,
- financiamiento,
- políticas para promover el comercio exterior,
- información sobre mejoramiento del proceso industrial,
- trabas para arancelarias y subsidios,
- aspectos normativos y operativos de la exportación,
- imagen-país,
- otras políticas.

### **2.1. Producción y productividad.**

El gobierno debe guiar a las empresas en cuanto a las metas de productividad. Se podrán establecer sistemas de auténticos estímulos a la producción y exportación.

El Estado debe complementar las distintas estructuras productivas de las empresas y la formación de alianzas estratégicas industriales.

Dichas integraciones tienen como finalidad alcanzar mayores volúmenes de oferta exportable y precios más competitivos para abastecer mercados externos más atractivos y rentables.

## 2.2. Regionalismo.

Las experiencias de integración regional demuestran la posibilidad de obtener importantes beneficios.

Estos grupos comerciales crean mayores flujos de comercio entre los integrantes, atraen mayor inversión externa y mejoran los ámbitos de competencia y de consumo internos.

El Estado debe apoyar esos sistemas de integración de los que forma parte, para incrementar el volumen de productos comercializados y el bienestar de todos los países miembros de la integración.

El Mercosur es un ejemplo claro de regionalismo. Actualmente, las diferencias competitivas con Brasil se han incrementado y es por esta razón que los productores locales argentinos exigen cambios.

En síntesis, la legislación de Brasil incluye, a diferencia de la legislación Argentina:

- no establecer el pago de derechos de exportación,
- el tratamiento de las empresas de comercialización internacional (tradings) vigente en ese país desde 1972,
- la exención de derechos de importación para la admisión temporaria de bienes destinados a la exportación (drawback)
- perfeccionamiento de las modalidades aduaneras aplicables a los distintos medios de transporte que intervienen en el comercio,
- incorporación de múltiples figuras de depósitos aduaneros para distintos procesos industriales y comerciales
- desarrollo de todos los aspectos relacionados con la defensa de la competencia. **LA INCORPORACIÓN DE LOS MISMOS A UN TEXTO COMÚN SUBSANARÍA GRAN PARTE DE LAS CONTROVERSIAS COMERCIALES EN EL INTERIOR DEL BLOQUE.**

Existe en la actualidad un proyecto para establecer un Código Aduanero en común, en el cual participan todos los miembros del grupo, con el fin de evitar todo tipo de desventajas entre los socios del bloque.

### **2.3. Infraestructura y logística.**

Las deficiencias en la infraestructura nacional deben ser reducidas para lograr mejorar los costos en transportes, comunicaciones, puertos, aeropuertos y energía, entre otras áreas.

Actualmente las deficiencias de infraestructura limitan el alcance de las economías de escala y los logros de competitividad en cuestiones de costo y tiempo.

En zonas del país, como ser el norte, se requiere de la implementación de políticas gubernamentales que fomenten el aumento de estructuras de almacenaje como depósitos fiscales, silos, galpones, etc., para lograr una mayor eficiencia logística.

El desarrollo de plataformas de almacenamiento permite realizar el acopio estratégico de ciertos productos a exportar (como los de origen agropecuario), para poder comercializarlos en períodos diferentes de los de producción. Con el uso de estas estrategias, los productores podrían obtener precios internacionales más competitivos. También es imprescindible el desarrollo de sistemas y estructuras especializadas en logística para facilitar la exportación de cargas en contenedores.

El Estado debe establecer procesos de privatización y desregulación, cuando sea beneficioso, como sucedió con el Puerto de Buenos Aires. A partir de su privatización en 1994 se lograron avances muy significativos, aunque actualmente se reclaman puntos pendientes de renovación.

Se deben establecer políticas de integración física como mejoras de rutas, autopistas y corredores bioceánicos para acceder a mercados de otras latitudes. También sería importante establecer una legislación

armónica en materia de transporte entre países de la misma región para disolver las diferencias entre ellos.

Es imperante apoyar obras de hidrovías que optimicen la navegabilidad y que contemplen dragados. Se debe construir sistemas de ferrovías y carreteras, e incrementar pasos fronterizos y puertos de tercera generación (cuyas instalaciones se adecuen al tráfico de contenedores y aumenten la capacidad y movimiento de TEUs de los mismos). TEU es la unidad de medida equivalente a un contenedor de 20 pies.

#### **2.4. Financiamiento.**

A pesar de la ausencia de créditos a partir del 2001, lentamente las líneas de crédito se han reactivado.

Asistir financieramente a una empresa exportadora debe ser uno de los principales objetivos de los bancos estatales para que las empresas puedan desarrollar una política de marketing internacional.

Para ello debe existir un sistema financiero sólido con normas claras tanto para los operadores locales como para los operadores internacionales.

A partir de una lenta recuperación económica, se ha fomentado entre los empresarios otras fuentes de financiación de escasa difusión, como ser el factoring (descuento bancario de facturas de exportaciones realizadas) y el leasing (alquiler con opción a compra), especialmente en la renovación de maquinarias, equipos, medios de transporte, etc.

#### **2.5. Políticas de promoción del comercio exterior.**

El Estado nacional debe promover el comercio exterior y proveer estudios de mercado de productos elaborados por agencias del Estado en los distintos niveles. Por lo tanto debe desarrollarse una política de descentralización del asesoramiento, a través de distintas unidades que

permitan evacuar consultas sobre comercio exterior, con base local (es decir, situadas en ciudades o regiones pequeñas).

El objetivo es llegar al empresario y no limitarse a las principales ciudades del país. Se debe buscar un mayor acercamiento entre el funcionario que asesora y el empresario que ignora determinados aspectos y aquel, a su vez, toma contacto con las distintas realidades económicas del país.

Esta asistencia gubernamental debe procurar un asesoramiento más preciso y especializado.

Otra de las actividades estatales es estimular a los productores para que participen en exhibiciones y ferias internacionales, misiones comerciales y rondas de negocios. Algunos eventos incorporan la capacitación de los empresarios a través de cursos, seminarios, charlas y publicaciones sobre comercio exterior. Este tipo de encuentros genera expectativas en los empresarios con respecto a la actividad exportadora.

Los agregados comerciales, que son los representantes de las embajadas y consulados del país en el exterior, deben desarrollar un doble flujo de información actualizada sobre el mercado externo, como ser oportunidades de negocios detectadas, listados de importadores y eventos internacionales a desarrollar. A su vez los organismos nacionales proveer cierta información a las distintas secciones comerciales en el exterior, como ser listados de productores nacionales con interés en exportar a otros mercados.

De esta forma se logra **la integración, el perfeccionamiento y la interconexión**, entre los sistemas informativos del Estado y los agregados en el exterior. Sería importante para las empresas poder contar con un sistema nacional de información sobre los mercados externos.

La importancia de la asistencia gubernamental radica en la posibilidad de generar nuevos centros productivos y fomento laboral.

El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) de Tandil, ha impulsado un proyecto en octubre de 2001 llamado "Caracoles solidarios". Este organismo estatal nacional ha desarrollado un plan de cría de caracoles con destino al mercado externo, que, además de tener fines comerciales, se ha desarrollado para buscar una oportunidad económica para gente de bajos recursos. Si bien en Argentina la cría y la comercialización de caracoles se encuentra en estado de quietud, en muchos países de Europa, como España, Italia y Francia, consumen alrededor de 100.000 toneladas al año. En el 2004 familias de Tandil realizaron las primeras exportaciones a España.

## **2.6. Información para mejorar el proceso industrial.**

El Estado debe difundir a través de sus organismos información sobre el mejoramiento de procesos industriales y otros aspectos, como:

- **Controles:** a través de certificaciones, aspectos de eficiencia y seguridad que se deben cumplir en las distintas etapas de un proceso industrial de un producto a exportar.
  
- **Calidad:** información sobre los requisitos de normas de calidad internacionales (ISO 9000 y 14000), normas a nivel nacional o regional, asesoramiento sobre los beneficios de obtener un certificado de calidad.
  
- **Pruebas:** realizar pruebas en distintos aspectos del producto a exportar, como características fisicoquímicas, resistencia, etc.).
  
- **Capacitación:** desarrollar programas sobre la relevancia del control de calidad y de las nuevas tecnologías para los mercados externos.

- **Envases y embalajes:** aspectos que hacen el envase y embalaje de exportación (diseño, materiales utilizados en la confección, adecuar los productos al medio de transporte y la distancia geográfica a recorrer, etc.). Se procura una mayor difusión de los conocimientos a través de publicaciones, programas de capacitación y un sistema de apoyo técnico que esté al alcance de empresas con problemas tecnológicos o de obsolescencia de los procesos productivos, que les genere una traba para exportar. Hay muchas Universidades en Buenos Aires que dictan cursos sobre logística.

## **2.7. Trabas paraarancelarias y subsidios.**

Es importante para desarrollar operaciones de exportación, que el gobierno deje de aplicar a las importaciones realizadas por empresarios locales, trabas paraarancelarias que impidan un flujo normal y habitual con un país extranjero, con carácter proteccionista. Entre dichas trabas se encuentran: formalidades aduaneras excesivas y burocráticas, normas sobre requisitos técnicos o sanitarios para obstaculizar el ingreso de productos, exigencias de garantía de calidad, etc. Se deben incentivar las importaciones de insumos críticos, como la de aquellos que permitan renovar el sistema productivo nacional (maquinarias, bienes de capital, etc.).

Con respecto a los subsidios, el gobierno debería otorgarlos a aquellos sectores más castigados para permitirles ingresar al comercio, sobre todo cuando compiten con países que cuentan con un alto presupuesto para los subsidios. Debe evitar que aquellos se encuentren prohibidos por la Organización Mundial de Comercio. Las subvenciones no permitidas por la OMC son aquellas que inciden en el resultado de las exportaciones. Esto es importante para evitar que los productos que se exporten sean

gravados por derechos compensatorios en los países de destino que se perjudican con dichos subsidios.

## **2.8. Aspectos normativos y operativos de la exportación.**

Existe un importante volumen de normas vinculadas a las exportaciones que pueden resultar contradictorias o de difícil comprensión para los empresarios. Las normas deben ser estables y mantener cierta continuidad a lo largo del tiempo. El Estado no debe modificar o establecer nuevas medidas en interés de algunos sectores y en detrimento de otros.

## **2.9. Imagen – país.**

El Estado debe realizar campañas para promover el buen posicionamiento de la imagen del país en los distintos mercados mundiales, resaltar las características y atributos de los productos locales.

## **2.10. Otras políticas.**

El Estado debería incluir proyectos de uso eficiente del gasto público, para disminuir los costos de insumos de energía, costos laborales, de seguridad social, cargas tributarias, entre otros. Estos elementos hacen incrementar sensiblemente el precio de los productos de exportación, repercutiendo en forma negativa en la formación del precio internacional.

El Estado debe procurar reevaluar la estructura impositiva del país, para dar respuesta a los continuos reclamos de los empresarios ante los excesivos impuestos, aranceles y otras cargas tributarias que se trasladan indefectiblemente al precio de exportación.

El incremento del precio hace perder competitividad.

**BIBLIOGRAFIA.**

- BEKER, V.A. y MOCHÒN, F., 1994. *Elementos de Micro y Macroeconomía*, Mc Graw Hill: España.
- Exigencias de la UE, *Guía Práctica de Comercio Exterior*, 2003, 657.
- FRATALOCCHI, A., 2002. *Cómo exportar e importar*, Errepar: Argentina.
- FURNARI, P. y BRUSELLA, J., 1997. *Sistemas formadores de precios de exportación*, *Revista Marítima*, 359.
- LEDESMA C.A. y ZAPATA C.I., 1995. *Negocios y Comercialización Internacional*, Macchi: Argentina.
- LEVENBERG, R., 2003. ¿Cómo se calcula el precio para exportar?, *Revista Pymes*, 20.
- Ley 22.415, Código Aduanero, 2004. Zavalia: Argentina.
- LONGONI, M., *Feriagro y el pedido de cambios en el esquema de retenciones*, en: <http://clarin.com/diario/2005/03/06/elpais/p-01801.html>.
- BUDIC, D. 1986. *Diccionario del Comercio Exterior*, Depalma: España.

"Barreras en la exportación" – Di Bona Gabriela

- MORENO J.M., 1993. *Manual del Exportador. Teoría y Práctica Exportadora*, Macchi: Argentina.
- SHWAB Y ETCHEBARNE,M., 1995. *Argentina Gran Exportador*, Heliasta S.R.L., Argentina.
- KERN, J.R., 2004. *Valor Agregado. Errepar: Argentina*,p.227.

**AGRADECIMIENTOS.**

A través de este trabajo quiero agradecerles a mis padres por haberme dado la posibilidad de estudiar, a mis amigos, seres queridos y compañeros, por haberme apoyado durante todo el proceso educativo.

Agradezco también la colaboración de la empresa analizada, por haberme brindado toda la información requerida; a la Universidad Fasta y profesores que me permitieron formarme en la institución, en especial al Profesor Suárez que me ha brindado incondicionalmente su tiempo, sus conocimientos y experiencias y **por haber transmitido en todo momento el valor de ser solidario con el otro.**