



# GUIA DEL EXPORTADOR



Febrero 2003

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>2. DECISIÓN DE EXPORTAR .....</b>	<b>2</b>
2.1. LA EMPRESA .....	2
2.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS.....	2
2.3. SELECCIÓN DEL PRODUCTO .....	2
<b>3. EVALUACIÓN DE LOS MERCADOS DE EXPORTACIÓN .....</b>	<b>4</b>
3.1. ELECCIÓN DE LOS MERCADOS OBJETIVOS .....	4
3.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO INTERNACIONAL.....	4
<b>4. ACCESO A MERCADOS EXTERNOS Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN .....</b>	<b>6</b>
4.1. ACCESO A MERCADOS EXTERNOS.....	6
<i>Métodos indirectos</i> .....	6
<i>Métodos directos</i> .....	7
4.2. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	7
<b>5. COSTOS Y PRECIOS .....</b>	<b>10</b>
5.1. PRECIO .....	10
5.2. COSTOS .....	10
5.3. PRECIO DE EQUILIBRIO .....	11
5.4. FIJACIÓN DEL COSTO MARGINAL .....	11
5.5. POLÍTICAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS .....	12
<b>6. OFERTA DE PRODUCTOS CONTACTO CON POTENCIALES COMPRADORES.....</b>	<b>14</b>
6.1. LA MARCA .....	14
6.2. PUBLICIDAD.....	14
6.3. CATÁLOGOS Y FOLLETOS .....	14
6.4. LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y ELECTRÓNICA.....	14
6.5. IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA .....	15
6.6. MISIONES, FERIAS Y EXPOSICIONES INTERNACIONALES .....	15
<b>7. TÉRMINOS DE VENTA.....</b>	<b>17</b>
7.1. TÉRMINOS DE COMERCIO INTERNACIONAL – INCOTERMS 2000.....	17
7.2. CONSECUENCIAS DE LA ELECCIÓN DE LOS INCOTERMS .....	18
<b>8. LOGÍSTICA Y TRANSPORTE .....</b>	<b>21</b>
8.1. TRANSPORTE .....	21
8.2. TÉRMINOS DE EMBARQUE Y ESTRUCTURA DE LOS FLETES.....	23
8.3. ENVASE Y EMBALAJE.....	24
<i>Envase</i> .....	24
<i>Embalaje</i> .....	25
8.4. PALLETIZACIÓN .....	25
8.5. CONTENEDORES .....	26
8.6. CONSOLIDACIÓN.....	27
8.7. CONTROL DE CALIDAD .....	27
8.8. SEGURO DE TRANSPORTE .....	28
<i>Seguro de caución</i> .....	28
<b>9. OPERATORIA BANCARIA .....</b>	<b>30</b>
9.1. MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES .....	30
<i>Carta de Crédito</i> .....	30

<i>Etapas de la Carta de Crédito</i> .....	32
<i>Clasificación de las Cartas de Crédito</i> .....	33
<i>Modalidades de las Cartas de Crédito en cuanto a su pago</i> .....	33
<i>Cobranza o Cobro documentario</i> .....	34
<i>Orden de Pago Documentaria</i> .....	35
<i>Orden de Pago / Transferencia</i> .....	35
<i>Aval Bancario</i> .....	35
<i>Letra avalada</i> .....	35
9.2. DOCUMENTOS DE MANEJO HABITUAL EN EXPORTACIÓN .....	35
9.3. CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	36
<b>10. OPERATORIA ADUANERA .....</b>	<b>37</b>
10.1. RÉGIMEN ADUANERO .....	37
<i>Administración Federal de Ingresos Públicos</i> .....	37
<i>Código Aduanero</i> .....	37
10.2. ÁMBITO .....	37
10.3. TRATAMIENTO ADUANERO DE LAS EXPORTACIONES .....	38
10.4. ASPECTOS ADUANEROS .....	39
<i>Exportación por cuenta de terceros</i> .....	40
<i>Auxiliares del comercio y del servicio aduanero</i> .....	40
<i>Clasificación de la Mercadería a los fines aduaneros</i> .....	41
<i>Valoración de las mercaderías de exportación</i> .....	41
<i>Regulaciones arancelarias</i> .....	42
<i>Regulaciones no arancelarias</i> .....	42
<i>Zonas Francas (ZF)</i> .....	42
<i>Sistema Informático María</i> .....	43
<b>11. FINANCIACIÓN DE EXPORTACIONES - SEGURO DE CRÉDITO A LA EXPORTACIÓN.....</b>	<b>45</b>
11.1. FINANCIACIÓN DE EXPORTACIONES.....	45
<i>Banco de Inversión y Comercio Exterior S.A. (BICE)</i> .....	45
<i>Prefinanciación de Exportaciones</i> .....	45
<i>Posfinanciación de exportaciones</i> .....	46
<i>Fideicomisos</i> .....	47
<i>Productos crediticios a ofrecer a las empresas</i> .....	47
11.2. SEGURO DE CRÉDITO A LA EXPORTACIÓN .....	49
<i>Seguro de Crédito a la Exportación en la República Argentina</i> .....	50
<b>12. ESTÍMULOS IMPOSITIVOS Y ADUANEROS A LAS EXPORTACIONES.....</b>	<b>52</b>
12.1. REINTEGROS A LA EXPORTACIÓN.....	52
12.2. ADMISIÓN TEMPORARIA.....	52
12.3. DRAW-BACK.....	54
12.4. EXPORTACIÓN DE PLANTAS LLAVE EN MANO.....	55
12.5. REEMBOLSO POR UTILIZACIÓN DE PUERTOS PATAGÓNICOS.....	56
12. 6. EXENCIÓN YO /DEVOLUCIÓN DEL IVA.....	56
12.7. EXENCIÓN Y/O DEVOLUCIÓN DE LOS IMPUESTOS INTERNOS.....	57
12.8. EXPORTACIÓN TEMPORARIA .....	57
12.9. OTROS RÉGIMENES .....	57
<i>Envíos de muestras comerciales</i> .....	57
<i>Envíos en Consignación</i> .....	58
<i>Impuesto a los Ingresos Brutos</i> .....	58
<i>Reimportación de productos previamente exportados</i> .....	58
12.10. VENTAJAS EN DESTINO .....	59
<i>Sistema Generalizado de Preferencias</i> .....	59
<i>Margen de preferencia arancelaria</i> .....	59

# 1. INTRODUCCIÓN

En el marco actual de un mercado globalizado y altamente competitivo, la venta al exterior de bienes y servicios requiere nuevos esfuerzos y decisiones por parte de las empresas, especialmente PyMES, que quieren participar de este desafío. Ya no alcanza con tener un buen producto o precio, sino que se debe fabricar lo que el mercado pide y consume. Es decir, la empresa debe adaptarse a la demanda y exponerse en escenarios condicionados por diferentes fuerzas.

Las empresas locales que se mueven en el entorno doméstico, se ven afectadas por la incertidumbre que se crea debido a elementos incontrolables de su entorno, como la competencia, los cambiantes controles gubernamentales, el comportamiento de los consumidores y otras variables que afectan su rentabilidad.

Cuando una empresa decide expandir sus fronteras, encuentra que los negocios internacionales difieren de los locales, dado que debe tratar con fuerzas de diferentes entornos (nacional e internacional), las que influyen en la vida y desarrollo de la firma. Estas pueden ser:

- ⇒ elementos controlables: son fuerzas internas que la dirección empresaria puede controlar para adaptar la organización a las fuerzas no controlables (capital, materias primas, producción, ventas, etc.)
- ⇒ elementos incontrolables nacionales son las fuerzas externas sobre las que la alta dirección de la empresa carece de control directo, aunque pueda influir en ellas (fuerzas competitivas, económicas, legales, políticas tecnológicas, etc.).
- ⇒ El ambiente externo con sus propios elementos incontrolables extranjeros tales como las fuerzas económicas, competitivas, estructuras de distribución, geografía, fuerzas culturales, políticas y legales.

Dentro de las fuerzas no controlables, la cultura es uno de los elementos más desafiantes del mercado internacional. Este sistema de patrones de comportamiento adquiridos, característico de los miembros de una sociedad determinada, es formado por una serie de variables dinámicas: idioma, religión, valores y actitudes, modales y costumbres, estética, tecnología, educación e instituciones sociales. Para enfrentarlo, el operador internacional requiere un conocimiento, tanto objetivo como interpretativo de la cultura.

Es decir, la decisión de exportar no es solamente orientar las actividades hacia el exterior, sino que implica una planificación apoyada en herramientas de análisis estratégico, especialmente referido a la relación empresa/entorno. La estrategia debe permitir a la empresa mantener o aumentar sus ventajas competitivas en un entorno cambiante.

Además de ser una fuente adicional de generación de ingresos, la exportación permite distribuir los riesgos en diferentes mercados y tiende a inducir otros cambios benéficos, muchos de los cuales se derraman hacia otras empresas o sectores: ganancias de eficiencia por especialización, acceso a mejores bienes de capital e insumos, mejoras en las aptitudes gerenciales y técnicas, mayor capacidad de adaptación en los procesos, aparición de nuevos productos o mejora de los ya existentes, etc.

No obstante, es una actividad que incluye un número muy importante de acciones y procedimientos para conocer adecuadamente las etapas que conforman una secuencia de exportación que pueden cambiar en función de distintas variables.

## **2. DECISIÓN DE EXPORTAR**

La empresa puede tomar la decisión de exportar considerando: i) las oportunidades que ofrecen los mercados externos, ii) reducir la capacidad ociosa productiva, iii) prolongar el ciclo de vida del producto, iv) incrementar la ventas, etc.

Para iniciarse en el negocio internacional se deben evaluar varios aspectos que inciden sobre la decisión de exportar:

### **2.1. La Empresa**

Para incursionar en el mercado externo, la empresa debe realizar un análisis interno de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para enfrentar el mercado nacional e internacional, el cual debe incluir:

- La solvencia económica y financiera de la empresa.
- Acceso a financiamiento doméstico o externo, anticipos de compradores del exterior.
- Infraestructura adecuada y capacidad para producir en forma estable y continua, sin descuidar el mercado interno, para cumplir con la demanda externa.
- Medios para movilizar internamente, almacenar y embarcar los productos a exportar.
- Ventajas sobre sus competidores.
- Poder de negociación con proveedores y compradores.
- Manejo de información oportuna y fidedigna para una acertada toma de decisiones.
- Conocimiento del rubro en que desea incursionar.
- Recursos humanos idóneos para emprender el proceso de la exportación.

### **2.2. Características de los mercados**

Para expandir los negocios al exterior y seleccionar su mejor mercado objetivo, el exportador debe conocer algunos aspectos elementales de mercados potenciales:

- Volúmenes comercializados, países importadores, productores y exportadores.
- Evolución de los precios, tendencias, calidades exigidas y canales de distribución en los mercados evaluados.
- Datos geográficos y macroeconómicos.
- Distancias e infraestructura del transporte y de las comunicaciones.
- Productos competidores.
- Consumidores.
- Preferencias.
- Precios de productos similares.
- Canales de comercialización y medios publicitarios relevantes
- Hábitos de compra, costumbres, estratificación social y estacionalidad de la demanda.
- Reglamentaciones gubernamentales sobre importaciones.

### **2.3. Selección del producto**

Una vez analizado el entorno internacional hacia el cual tiene previsto expandir sus actividades, la empresa debe evaluar su capacidad para abordar los mercados externos y determinar la factibilidad de exportación de su producto:

- Las ventajas relativas de abastecimiento del producto o de las materias primas o insumos necesarios para su producción.

- Las ventajas comparativas en los mercados externos, a través de los costos de los productos o servicios a exportar, de sus características, del grado de satisfacción que otorga a los usuarios finales o de la combinación de estos factores.
- Definición de la oferta exportable (cantidades y/o volúmenes), especificación de la calidad del producto y, si es necesario, con indicación de su estacionalidad.
- Selección de la línea de productos o servicios que se comercializarán en cada uno de los mercados.
- El cumplimiento de los estándares de calidad requeridos en los mercados externos y de las exigencias establecidas por el importador.
- La seguridad que el producto cumple las especificaciones técnicas ambientales, fitosanitarias (pesticidas permitidos cuando corresponda) y otras exigencias requeridas para el ingreso a cada mercado.
- Embalaje o presentación preferida. Calidades y variedades más populares.
- Determinación del envase, armonización del diseño estructural y el visual. Envases con buenos diseños promocionales pueden llegar en condiciones defectuosas a las plazas de mercado, producto de un mal diseño estructural. Por el contrario, el producto y su envase pueden llegar en perfectas condiciones, pero no llamar la atención de nadie debido a un diseño visual poco atractivo.

Determinadas las competencias y factores de éxito de la empresa, deberá compararlos con los del mercado externo.

## **3. EVALUACIÓN DE LOS MERCADOS DE EXPORTACIÓN**

### **3.1. Elección de los mercados objetivos**

El análisis efectuado en la primera etapa, a partir de los datos recabados deberá: i) establecer un diagnóstico preliminar que conducirá a la empresa a escoger la estrategia en función de sus factores de éxito, de los productos, capacidad de producción, mercados actuales, etc. o ii) revelar un potencial exportador bajo, que implicará una serie de adaptaciones antes de involucrar a la empresa en negocios internacionales o postergar la decisión de exportar, por lo menos momentáneamente.

Luego de determinar las competencias y niveles de recursos efectivos de la empresa, se los debe comparar con los niveles requeridos en cada mercado. Las diferencias deberán corregirse o bien abstenerse de la actividad. El análisis de la capacidad de producción y de los productos permitirá apreciar la solidez en el posicionamiento de la empresa, en cada una de sus actividades y permitirá tomar las decisiones concernientes a las actividades que conviene desarrollar.

Una vez establecido el modo de acceso o penetración del mercado externo se deberá elaborar un plan de negocios en aquel país, estimando los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previamente fijados. Llegado a este punto la empresa deberá decidir centralizar o descentralizar las distintas actividades relacionadas al plan de internacionalización y definir los mecanismos de coordinación y control de tales actividades.

### **3.2. Investigación de mercado internacional**

En esta etapa se determinan los mercados potenciales y se selecciona el más apto. Esta investigación exige definir el tipo de investigación, la información requerida, las fuentes a utilizar y la metodología a emplear.

La confiabilidad de la fuente de información avala en gran parte los resultados de este trabajo:

- Fuentes secundarias: información preimpresa que distintos organismos públicos y privados tienen a disposición de los exportadores.
- Fuentes primarias: la información busca satisfacer las inquietudes particulares no resueltas. Los contactos se realizan directamente con residentes en el país de análisis.

Pero antes de contratar estudios de mercado o iniciar un viaje de negocios, es conveniente realizar una prospección desde la propia empresa, a fin de tomar decisiones con conocimiento de causa.

Para estudiar la perspectiva de un producto en un mercado determinado se ordenará la información de la siguiente forma:

Item	Descripción
❖ <b>Información básica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Descripción geográfica del país con información de interés que pueda influenciar en la demanda del producto.</li> <li>▪ Cantidad de habitantes, estructura por edades, concentraciones de población, etc.</li> <li>▪ Promedio de ingresos por habitantes. Distribución del ingreso. Que sectores de la población podrían utilizar el producto.</li> <li>▪ Descripción y evaluación de los recursos naturales.</li> <li>▪ Importancia del desarrollo industrial. Cantidad y flujo de las inversiones extranjeras.</li> <li>▪ Principales instalaciones portuarias, servicios de transporte marítimo, aeropuertos internacionales y nacionales y servicios de carga dentro del país.</li> <li>▪ Situación económica. Deuda externa y servicios resultantes.</li> </ul>
❖ <b>Acceso al mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acuerdos internacionales que estimulen el intercambio comercial. Tipo y países que lo integran.</li> <li>▪ Restricciones a las importaciones. Barreras comerciales (arancelarias y no arancelarias).</li> <li>▪ Aranceles aduaneros y otros tributos de importación aplicables al producto importado.</li> <li>▪ Reglamentación aplicable al producto sobre marcación, etiquetas, normas técnicas, composición de productos, etc.</li> <li>▪ Tributos nacionales. Ajuste en frontera.</li> </ul>
❖ <b>Potencial del mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Consumo aparente del producto o de la gama de productos que lo comprende.</li> <li>▪ Producción local de productos iguales o similares. Nómina de los principales productores.</li> <li>▪ Estadísticas de importación: volumen, valor y países de origen.</li> <li>▪ Precios de los productos importados y de los nacionales.</li> <li>▪ Cotizaciones a importadores, mayoristas y minoristas.</li> <li>▪ Importancia de los abastecedores nacionales y extranjeros sobre el mercado. Posibilidad de ingresar nuevos productos.</li> </ul>
❖ <b>Exigencias del mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Formas usuales de cotización de acuerdo a las cláusulas Incoterms.</li> <li>▪ Condiciones usuales de pago: crédito documentario, plazos, etc.</li> <li>▪ Preferencias en cuanto a calidad, etc.</li> <li>▪ Adaptación del producto a las condiciones y exigencias del mercado.</li> <li>▪ Envases y embalajes a ser utilizados. Reglamentaciones vigentes.</li> </ul>
❖ <b>Distribución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Factores que lo importan. Márgenes de comisión o de utilidad.</li> <li>▪ Estructura existente para la distribución del producto.</li> <li>▪ La empresa exportadora deberá decidir si actúa directamente o por medio de Agentes o Distribuidores.</li> <li>▪ Sobre que base actúan los Agentes o Distribuidores.</li> </ul>
❖ <b>Promoción de las ventas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Que medios se utiliza para promover el tipo de producto que investigamos.</li> <li>▪ Cual es el costo de dichos medios.</li> <li>▪ Ferias y Exposiciones comerciales que regularmente se realizan en el país.</li> <li>▪ Se realizan regularmente Rondas de Negocios y quién las organiza.</li> </ul>



## 4. ACCESO A MERCADOS EXTERNOS Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

### 4.1. Acceso a mercados externos

Existen diversas formas de encarar la exportación, a través de métodos indirectos y directos. La empresa exportadora podrá insertar su producto en los mercados externos a través de ventas:

- a clientes nacionales que luego exportan el producto.
- al extranjero a través de intermediarios
- mediante el otorgamiento de licencias
- directamente al exterior.

#### *Métodos indirectos*

En el caso de ventas a clientes nacionales, es el comprador quien decide que producto puede ser vendido en un mercado extranjero, asumiendo las tareas de investigación de mercados y administración de la exportación. Es una forma válida de comenzar a colocar los productos propios en el extranjero sobre todo para aquellos productos de bienes intermedios.

A través de la intervención de un intermediario que puede ser nacional o internacional (una trading), el exportador pierde el control del negocio, pues no actúa directamente con el consumidor final, y en algunos casos desconoce el mercado al cual van dirigidos sus productos. Si la trading operara en el mismo mercado de la empresa productora, ésta podría limitarse en realizar una venta doméstica, minimizando los riesgos de una operación internacional o bien realizar la exportación bajo las directivas del intermediario, pagándole una comisión. Si el intermediario residiera en otro país, diferente a la empresa productora, ésta deberá tomar el riesgo de la operación de exportación. La ganancia del intermediario será en este caso la diferencia entre el precio pagado al exportador y el precio al cual vende la mercadería a su cliente.

La exportación conjunta de un grupo de pequeñas y medianas empresas, que por sí solas no cuentan con los recursos necesarios para enfrentar una demanda internacional. En este caso, se trata de confeccionar una oferta exportable complementaria que permita su colocación en un nicho de mercado externo.

La organización para la exportación puede establecerse como una nueva institución que aglutine, combine los esfuerzos, diseñe e implemente una estrategia comercial conjunta, homogénea para el grupo. Una herramienta adecuada para dar forma a este tipo de emprendimiento son los *consorcios o cooperativas de exportación* y los *acuerdos de colaboración empresarial*, que deberán ajustarse a las reglamentaciones pertinentes de cada país, sin olvidar las prescripciones sobre el particular obrantes en la Ronda de Uruguay.

El otorgamiento de licencias es un medio de establecer un apoyo en mercados en el extranjero, sin la necesidad de grandes desembolsos de capital. Los derechos de patente, los derechos de marca registrada y los derechos para usar tecnología de procesos en particular se otorgan como licencias extranjeras. Es una estrategia preferida para pequeñas y medianas empresas (sobre todo aquéllas comprometidas con tecnología avanzada), aunque en ningún sentido está limitado a tales compañías. Este enfoque tiene algunas ventajas significativas. Cuando el capital es escaso, cuando las restricciones de importación excluyen otros medios de entrada, cuando una nación es sensible al dominio extranjero o cuando es necesario proteger patentes y marcas registradas contra la cancelación por no usarlos, el otorgamiento de licencias es un medio útil de participación internacional.

Aunque esto con frecuencia puede ser la forma menos lucrativa de entrar a un mercado extranjero, los riesgos son menores que para la inversión directa. Además, del bajo nivel de lucro, otros inconvenientes son los de seleccionar licenciarios apropiados y determinar políticas para su salida, falta de flexibilidad operacional y una falta de control del mercado casi completa.

### **Métodos directos**

La compañía tiene pleno control en las operaciones internacionales, sin intermediarios. Este método puede implementarse mediante las actividades de un departamento o unidad de comercio internacional dentro de la empresa, que diseñe e implemente un plan de negocios para desarrollar mercados internacionales; un promotor de ventas o viajante propio; un agente comercial en el exterior; filiales o sucursales o unidades de negocios implantadas en el terceros mercados o bien radicación de la planta productora en el extranjero. Este método admite elaborar diferentes combinaciones en función al plan de negocios realizado y condicionalidades de los mercados objetivo.

## **4.2. Canales de comercialización**

Para desarrollar sus actividades directamente en los mercados extranjeros, la empresa debe decidir sobre que tipo de presencia es la más apropiada para concretar sus exportaciones. Los canales de comercialización son las vías a través de las cuales se llevan a cabo las ventas y se distribuyen los productos. Constituyen la cadena comercial mediante la cual los productos llegan desde el productor, despachador, fabricante u otro origen hasta el consumidor.

Se debe analizar cómo llegan los productos al destinatario final, dado que la utilización de canales adecuados mejora la eficiencia de las ventas. Cuanto más largo o extenso sea el canal de comercialización, es decir, cuanto mayor sea el número de sus componentes, menor será el beneficio que quede para el exportador. La función primordial de un canal de comercialización consiste en reducir los costos de:

- Los contactos que serían preciso cubrir para generar el vínculo directo con los usuarios finales.
- La clasificación de los gastos necesarios si hubiere que adecuar los embalajes para satisfacer las necesidades de los usuarios finales en los lugares de venta al detalle (minorista).
- El mayor número de transacciones con menor cantidad de contactos.

Además, el modo de presencia en el extranjero debe ser coherente con la política de internacionalización fijada. La empresa puede tener por objetivo i) la colocación de excedentes exportables o ii) la conquista de ese mercado externo. Para ello, se deben establecer los recursos financieros y humanos disponibles así como la experiencia de la empresa en el mercado internacional.

Los canales pueden ser a través de:

### ➤ **Agentes**

Tomador de órdenes de compra, mediante una comisión, no asume la propiedad de los productos ni ninguna responsabilidad frente al comprador; posee la representación de diversas líneas de bienes complementarios que no compiten entre ellos; opera bajo un contrato a tiempo determinado renovable según resultados, con o sin exclusividad.

### ➤ **Distribuidores**

Comerciante extranjero que compra los productos al exportador argentino y los vende en el mercado donde opera, generalmente el minorista, es decir no llega al consumidor final. En general mantiene un stock suficiente de productos y se hace cargo de los servicios de pre y

post-venta, liberando al productor de tales actividades. Los términos de pago y el tipo de relación con el exportador se establecen en un contrato.

➤ **Minoristas**

Grandes cadenas minoristas que el exportador puede contactar directamente, a través del envío de catálogos, folletos, Internet., posibilitando la reducción de gastos de viajes y comisiones a intermediarios. Sin embargo, la relación personal con el cliente sigue siendo la herramienta más eficaz.

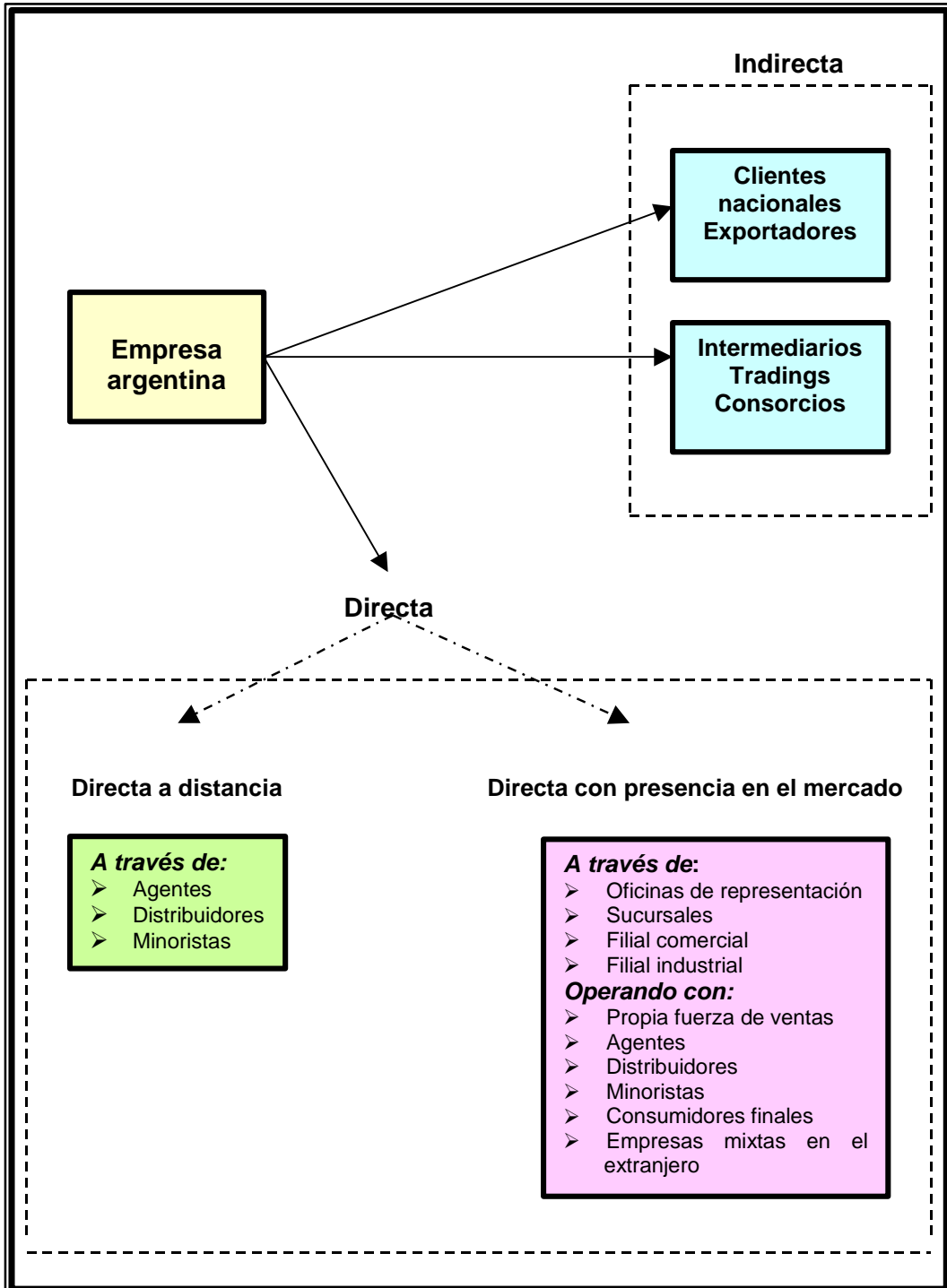
➤ **Venta directa a consumidores finales**

Método utilizado por grandes empresas o aquellas con experiencia en el comercio exportador, dado que requiere grandes esfuerzos de marketing, asumiendo el exportador todo el proceso de envío de las mercaderías, de prestación de servicios de pre y post-venta, de cobro, etc. Los costos que demandan estas actividades pueden hacer perder competitividad al precio final de venta.

➤ **Empresas mixtas en el extranjero**

Este mecanismo utilizado para facilitar la penetración de mercados externos supone la creación de una nueva empresa con un socio local del mercado hacia el cual se están dirigiendo los esfuerzos. A veces, la complejidad o particularidades del mercado objetivo obligan a optar por este medio como el más aconsejable para lograr un buen posicionamiento del producto o servicio, permitiendo el aprovechamiento del conocimiento especializado de los asociados en el mercado en cuestión, brindando un acceso más rápido al sistema de distribución local y facilitando la inserción en segmentos de mercado donde se desalientan las actividades desarrolladas totalmente por extranjeros.

## ACCESO A CANALES EXTERNOS Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



## **5. COSTOS Y PRECIOS**

El cálculo correcto del precio es un elemento crítico cuando se vende a nivel internacional y es un ítem fundamental de la fórmula de comercialización, cuyas elementos son interdependientes. El precio es una variable estratégica, de cuyo nivel dependerá el posicionamiento, la imagen del producto y la importancia de los clientes potenciales.

### **5.1. Precio**

Al igual que en el mercado nacional, el precio al cual se vende un producto es uno de los factores determinantes de las ganancias de la empresa. La diferenciación de los productos modifica los costos y por consiguiente los precios. Los canales de comercialización dependen del producto y su elección determina un costo, que a su vez repercute en el precio.

Las decisiones son a menudo irreversibles: no se puede fijar un precio para luego bajarlo sin que desvalorice la imagen del producto, impidiendo de esta forma toda acción posterior, tendiente a elevarlo.

Los objetivos de la empresa exportadora deben considerar la permanencia y la credibilidad del mercado como esencial. Estos objetivos a largo plazo se traducen en una preocupación de corto plazo: la búsqueda de rentabilidad.

Los elementos básicos tradicionales que determinan un precio son: costos, demanda del mercado y nivel de competencia (oferta). Esto es válido tanto para el mercado nacional como para el internacional.

No obstante, dichos elementos pueden variar de un mercado a otro y en la comercialización de exportaciones, muchas veces resulta necesario aceptar un precio de los productos que sea inferior al que se obtiene en el doméstico. Esto hace que los empresarios a menudo sean reacios a emprender la exportación; pero pasan por alto que la exportación puede ser rentable aún cuando los precios deban ser inferiores. La decisión que se tome deberá contemplar los siguientes factores:

- Sus costos.
- El mercado.
- El margen de beneficios que se desea obtener.

### **5.2. Costos**

El costo de producción y los gastos de comercialización pueden ser importantes partidas de costos. También existen gastos generales, llamados indirectos, que no pueden atribuirse en forma directa a un producto. El costo de producción varía con la cantidad producida y el costo unitario disminuye al aumentar la cantidad.

Existen costos fijos que tienen que pagarse cualquiera sea la cantidad producida (alquiler del local, costo de maquinaria, retribución del director de la fábrica etc.). Si se producen más unidades, estos costos fijos se distribuyen más reduciendo el costo unitario. Además, existen los costos variables que aumentan con la cantidad producida (los costos de materiales, la mano de obra, los combustibles y energía)

Los costos de producción se consideran a veces los únicos elementos importantes al fijar el costo y el precio de un producto. Sin embargo, los costos de comercialización y

entrega pueden ser no menos importantes, sobre todo en la exportación (costo de mantenimiento de stocks, gastos de capital y de almacenamiento físico, embalajes ad-hoc, transporte, comisiones, publicidad, viajes al exterior, participación en ferias internacionales, etc.). Pueden clasificarse en fijos (salario de un vendedor) y variables (comisión del vendedor).

### **5.3. Precio de equilibrio**

Una vez determinado el costo total de producción y comercialización de cualquier cantidad de productos, se divide ese costo total por el número de unidades.

Este costo unitario representa el precio de equilibrio. La comercialización realizada por encima de ese precio genera una ganancia.

El costo unitario de producción también representa el precio de equilibrio. Por lo tanto, al aumentar la cantidad de unidades producidas crece el beneficio resultante de cada unidad vendida, suponiendo que se mantenga el mismo precio. De ese modo, como la exportación requerirá un aumento de la producción total, puede hacer disminuir el costo unitario.

Los costos fijos deben pagarse cualquiera sea la cantidad producida. A estos costos se agregan los costos variables que aumentan con la cantidad producida. La división del costo total por el número de unidades determina el costo unitario. Así se obtiene el precio de equilibrio.

Lograr el precio más alto posible por un producto o comercializar el mayor número posible de unidades no constituyen necesariamente las formas de obtener mayores beneficios. Tratar de aumentar los beneficios mediante mayores precios plantea la dificultad de que los altos precios suelen significar menos ventas y, por otro lado, si se reducen los precios para vender más unidades, el resultado puede ser simplemente menores ingresos.

El éxito de la comercialización reside en fijar el precio en el nivel en que el producto de las ventas supera el total de costos por el margen más amplio. Encontrar este punto es el objetivo mismo de la política de fijación de precios.

### **5.4. Fijación del costo marginal**

Las ventas de exportación al mismo precio que las realizadas en el país pueden generar, un beneficio adicional. Suponiendo que se trabaja por debajo de la capacidad plena de producción, el mayor volumen significará un costo de producción unitario más bajo y mayores beneficios unitarios en cada venta, en el país y en el extranjero. Sin embargo, muchas veces tienen que aplicarse en el extranjero precios más bajos para poder competir con otros proveedores o superar obstáculos arancelarios. Además, los gastos de promoción y otros costos pueden ser mayores en terceros mercados.

Una empresa que se propone exportar y mantiene sus precios en el mercado interno pero tiene que reducirlos en el de exportación para poder colocar sus productos, en vez de calcular los costos para la exportación sobre la misma base que para las ventas en el país, examina la cuestión desde otro ángulo. Parte de la base que los costos fijos ya están cubiertos mediante sus ventas en el país, dado que los tendría de cualquier modo, exparte o no otros productos. Por lo tanto, calcula únicamente los nuevos costos que se generan, es decir, los costos variables de la producción adicional destinada a la exportación; se trata de los costos marginales, también llamados costos incrementales.

Como el costo unitario marginal es menor para los productos de exportación que el costo unitario de los productos destinados al mercado interno, el precio de equilibrio para la exportación también es más bajo.

La clave de la fijación de costos marginales consiste en considerar las ventas en el país y las de exportación como compartimentos estancos y, a su vez, entender a las segundas como ventas complementarias.

Si los costos fijos están cubiertos mediante las ventas en el país, los costos adicionales de los productos destinados a la exportación pueden considerarse costos variables. Esto significa que el precio de equilibrio para la exportación puede ser muy inferior al calculado sobre la base de los costos fijos y variables.

Sin embargo, la mejor utilización del método del costo marginal probablemente no consista en reducir el precio de exportación, o al menos en reducirlo demasiado o durante demasiado tiempo, sino en justificar mayores desembolsos para la comercialización. Generalmente, la empresa que tiene éxito y vende a un precio mayor que el más bajo del mercado, está en condiciones de imponer ese nivel de precio porque su producto ofrece valores superiores, como:

- ❖ Un buen prestigio de marca, forjado mediante importantes gastos de promoción.
- ❖ Seguridades en cuanto a calidad, servicio y entrega.
- ❖ Facilidad de obtención a través de minoristas, mayoristas y otros canales de comercialización que actúan en mejor posición y con mayor prestigio.
- ❖ Representación por vendedores eficientes y capacitados.
- ❖ Embalaje eficaz y atractivo.

El precio más bajo puede ser un instrumento eficaz de comercialización a corto o largo plazo. Pero es importante recordar que sólo representa una de las formas de aprovechar la ventaja en los costos, y que esa ventaja puede desaparecer fácilmente al surgir un nuevo competidor en el mercado con precios aún más bajos. Una situación firme en el mercado asegurada por la calidad del producto y la eficacia de la comercialización es mucho más difícil de desplazar.

La decisión sobre la mejor política de fijación de precios depende de lo siguiente:

- El análisis global del mercado.
- La situación de los competidores en cuanto a los precios y la comercialización.
- El nivel de costos de la empresa.

## **5.5. Políticas de fijación de precios**

Las empresas cuentan con tres tipos principales de políticas de fijación de precios orientadas por:

- Los costos: representa la política más sencilla y ampliamente utilizada. Se calcula un costo de cada unidad de producción y a ese costo básico se le suma un porcentaje o margen de beneficio absoluto para determinar el precio. Los métodos basados en el precio de equilibrio y en el costo marginal son los más usuales.
- El mercado: la fijación de costos orientada por la demanda, parte de la intensidad de la misma expresada por los consumidores. Se fijan precios altos cuando el interés de los consumidores es intenso y precios bajos cuando es débil. Los costos reales pueden ser los mismos en ambos casos.
- Por la competencia: esta política se basa en el comportamiento real o previsto de los competidores. Las empresas que aplican este método no buscan vincular los precios con los costos ni con la demanda del mercado: fijan sus precios en relación con lo que hacen sus competidores, manteniéndose en su nivel actual si es eso lo que se propone la competencia.

Para fijar los precios en el mercado de exportación se deberán tener en cuenta los costos, la demanda y la competencia y los beneficios promocionales a las exportaciones.



## **6. OFERTA DE PRODUCTOS CONTACTO CON POTENCIALES COMPRADORES**

### **6.1. La marca**

Para hacerse conocer y recordar es necesario distinguirse de los otros competidores; el elemento principal e inmediato de identificación del producto es la marca.

La marca permite agregar valor agregado a un producto, diferenciándolo de sus competidores y haciéndolo menos vulnerable a una eventual guerra de precios. Por el contrario, un bien que no tiene marca carece de identidad y puede ser sustituido por otro similar, ante el mínimo cambio de precios.

Cuando se decide sobre la propia marca a utilizar, es imprescindible analizar cada mercado sobre los que se pretende operar, pues cada uno presentará características diferentes. En algunos puede resultar contraproducente utilizar marcas que sean impronunciables en el idioma local. Por ello, la marca debe ser construida siguiendo parámetros de universalidad, es decir, susceptible de ser pronunciada, comprendida y memorizada en todos los países del mundo. Los elementos gráficos que componen la marca (el logotipo) adquieren aún mayor relevancia cuando se trata de acceder a terceros mercados.

De manera general, la actividad comunicativa a nivel internacional demanda el conocimiento de ciertos parámetros locales del mercado donde se pretende penetrar como:

- los usos y costumbres relativos a los medios de comunicación utilizados.
- las diferencias culturales hacen que a veces las imágenes y los símbolos no tengan la misma interpretación en un determinado país.
- las diferencias lingüísticas, inclusive dentro de zonas geográficas que utilizan el mismo idioma, pueden generar contrasentidos y confusión.

La comunicación internacional debe proyectar una imagen de marca clara y uniforme sobre el conjunto de los mercados internacional, pero debe tener en cuenta las diferencias socio-culturales de los distintos mercados donde se pretende exportar.

### **6.2. Publicidad**

Existen diferentes medios y técnicas publicitarias para dar a conocer un producto o las ventajas de uno existente. Los medios se deben seleccionar en función de los segmentos del mercado a los que esté dirigido el producto y a los recursos disponibles. Deberá explicar, demostrar y convencer al público de manera efectiva sobre las bondades y ventajas del producto.

### **6.3. Catálogos y folletos**

Proyecta la imagen de la empresa y la de sus productos. Cumple la labor de enlazar los productos de la empresa con los clientes. Se puede incluir información gráfica y textual de los bienes, dimensiones, colores, funciones, ventajas, precios, condiciones de pago, etc.

### **6.4. La comunicación interpersonal y electrónica**

Frecuentemente, las relaciones comerciales se basan sobre la confianza que se tienen ambas partes, aspecto que cobra mayor importancia cuando se trata de relaciones a distancia.

Cuando se realizan viajes de negocios, es importante informarse previamente de la cultura del país a visitar a fin de establecer una relación personalizada y de confianza con el potencial cliente.

Una vez que se estableció una relación comercial en el exterior con un cliente, representante o distribuidor, es fundamental mantener dicha relación, por fax o correo electrónico.

También a través de la red informática Internet, cada empresa tiene la posibilidad de poner a disposición de millones de personas del mundo entero, su propia presentación institucional y de productos y/o servicios ofrecidos. Esto se puede concretar a través de un folleto electrónico que puede consultarse a través de la computadora.

## **6.5. Imagen corporativa de la empresa**

Por imagen corporativa se entienden todas las actividades, manifestaciones y elementos de una empresa que están en contacto con grupos de personas: empresarios, empleados de la empresa, clientes, proveedores, competidores, instituciones, autoridades y el público en general. Cada uno de estos grupos se formará una imagen de la empresa en función de lo que puedan ver y sentir.

Para que todas las actividades de la empresa tengan coherencia, en lo que a imagen se refiere, es importante designar a una persona como responsable de la coordinación de la imagen de todos los puntos de contacto de la empresa con los mencionados grupos destinatarios de la imagen.

## **6.6. Misiones, ferias y exposiciones internacionales**

Una de las formas más directas e inmediatas de comunicarse con un nuevo mercado es participando en misiones, ferias y exposiciones internacionales, dado que son ocasiones únicas que congregan, en un mismo lugar y momento, la oferta mundial de un sector de actividades. Permite realizar:

- Un elevado número de contactos personales, con clientes potenciales, intermediarios y operadores en general.
- Analizar los productos y precios de la competencia mundial.
- Difundir la imagen de su empresa y presentar sus productos a una gran cantidad de personas y hasta cerrar transacciones durante el evento.
- Evaluar el nivel de interés que despierta su producto.
- Enterarse de todas las novedades tecnológicas y de las nuevas tendencias del mercado, que puede ser útil para la eventual creación de nuevos productos o para la evolución de los que está ofreciendo.
- Analizar las distintas estrategias utilizadas por los que ya están operando en ese mercado.
- Estimar si los volúmenes que su empresa está en condiciones de producir son suficientes para responder con seriedad a los pedidos que se suelen efectuar en el mercado internacional.

Cada participación sirve para extraer información relativa a: situación del mercado: necesidades de los clientes potenciales, necesidades de los consumidores finales. Estos datos serán útiles para completar el estudio de mercado, para realizar eventuales estudios estadísticos y alimentar la lista de clientes, a los que se deberá mantener informados sobre la evolución de la oferta.

La complejidad que presenta la elección de un evento internacional de este tipo, así como su participación, requiere la intervención de especialistas. Para ello es importante contactarse previamente con la Fundación Export-Ar quien coordina y organiza anualmente la participación de empresas argentinas en las ferias del calendario oficial.

## 7. TÉRMINOS DE VENTA

### 7.1. Términos de Comercio Internacional – INCOTERMS 2000

En la transacción internacional es esencial determinar con exactitud los términos de venta, pues de ellos dependen las distintas responsabilidades (riesgos y obligaciones) que el comprador y el vendedor tienen sobre el objeto del contrato (la mercadería).

Los 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. Fueron elaborados por la Cámara de Comercio Internacional (CCI), con sede en París. Son 13 términos comerciales simbolizados en siglas que son de uso facultativo por las partes que pueden definir en el contrato su utilización.

Están ordenados en una graduación de crecientes obligaciones para el vendedor, divididos en 4 categorías:

<b>Grupo 'E'</b>	<p><b>Salida</b>  <b>EXW</b> En Fábrica (... lugar designado)                      Las obligaciones y cargas de costos del vendedor son mínimas, se limitan a colocar las mercaderías en su fábrica o depósito a disposición del comprador.</p>
<b>Grupo 'F'</b>	<p><b>Transporte principal no pagado</b>  <b>FCA</b> Franco transportista (... lugar designado)  <b>FAS</b> Franco al costado del buque (... puerto de carga convenido)  <b>FOB</b> Franco a bordo (... puerto de carga convenido)                      La obligación del vendedor es entregar las mercaderías al medio de transporte designado por el comprador, ya sea mediante la simple entrega o su puesta a bordo o costado del buque. En ningún caso, el vendedor paga los gastos de transporte.</p>
<b>Grupo 'C'</b>	<p><b>Transporte principal pagado</b>  <b>CFR</b> Costo y flete (... puerto de destino convenido)  <b>CIF</b> Costo, seguro y flete (... puerto de destino convenido)  <b>CPT</b> Transporte pagado hasta (... lugar de destino convenido)  <b>CIP</b> Transporte y seguro pagado hasta (... lugar de destino convenido)                      El vendedor toma a su cargo los costos del transporte, pero sin asumir el riesgo de pérdida o daño de las mercancías, ni los costos adicionales debidos a hechos acaecidos después de la carga y despacho.</p>
<b>Grupo 'D'</b>	<p><b>Llegada</b>  <b>DAF</b> Entregada en frontera (... lugar convenido)  <b>DES</b> Entregada sobre buque (... puerto de destino convenido)  <b>DEQ</b> Entregada en muelle (... puerto de destino convenido)  <b>DDU</b> Entregada derechos no pagados (... lugar de destino convenido)  <b>DDP</b> Entregada derechos pagados (... lugar de destino convenido)                      El vendedor soporta todos los gastos y riesgos necesarios para llevar las mercancías hasta que se encuentren en la frontera o en el buque o en el muelle, puerto de destino o lugar o punto de destino convenido.</p>

## 7.2. Consecuencias de la elección de los INCOTERMS

Es importante que la empresa tenga un claro conocimiento de los Incoterms a fin de optimizar los flujos internacionales de mercaderías y la sincronización con la documentación que la acompaña.

Además, tienen influencia: i) directa e impacto sobre los precios facturados por el exportador, condiciones generales de venta o compra, transporte, seguro y procedimientos aduaneros y ii) sobre la imagen de la empresa y su aptitud para desempeñarse en el ámbito internacional. El embalaje es obligación del vendedor que varía según el medio de transporte.

Para evitar cualquier ambigüedad entre importador/exportador es preciso definir claramente el tipo de Incoterm, lugar de transferencia y la fecha de edición del mismo. Su elección es el inicio de la estrategia logística.

En todos los términos, las obligaciones respectivas de las partes se han agrupado en diez epígrafes, encarando las posiciones del vendedor y del comprador respecto de los las mismas.

### **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 (es decir corre con los gastos y derechos aduaneros) a cargo del transportista o persona designada por el comprador. Soporta los gastos hasta el momento de la entrega, incluyendo los gastos de carga.

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

#### ***FAS***

#### ***FRANCO AL COSTADO DEL BUQUE (...puerto de carga convenido)***

**Vendedor:** entrega la mercadería al costado del buque sobre el muelle o barcazas 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, seguros, 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 cuenta los gastos de despacho, derechos aduaneros de exportación y gastos de carga.

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

## **GRUPO C**

### **CFR**

#### ***COSTE 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 los riesgos del transporte.

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

### **CIF**

#### ***COSTE, 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 de riesgos de pérdidas o daño de la mercadería durante el transporte, desde el puerto de embarque al puerto de destino.

**Comprador:** asume los riesgos de pérdida o daño de la mercadería desde que sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque, pero paga todos los 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 del flete hasta el destino convenido, entregando la mercadería al transportista, pagando los gastos por los trámites aduaneros de exportación y por la carga, y asumiendo los riesgos de pérdida o daño solo hasta el momento de la entrega.

**Comprador:** recibe la mercadería en el puerto de destino pagando los gastos de descarga y asume los riesgos de pérdida o daño de la mercadería, debiendo contratar el seguro de carga y cualquier otro gasto adicional desde que la misma fue entregada al transportista.

### **CIP**

#### ***TRANSPORTE Y SEGURO PAGADO 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 sus expensas el seguro de carga contra el riesgo de pérdida o daño de la mercadería durante el transporte.

**Comprador:** recibe la mercadería en el puerto de destino, pagando los gastos de descarga y asume los riesgos de pérdida o daño de la mercadería, debiendo contratar el seguro de carga y cualquier gasto adicional desde que la misma fue entregada 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 de importación, y asume riesgos desde que la mercadería es puesta a su 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 todos los gastos y

riesgos vinculados al transporte, es decir, paga la carga de la mercadería al buque, seguro y flete.

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

#### **DEQ**

##### **ENTREGADA EN MUELLE (...puerto de destino convenido)**

**Vendedor:** pone la mercadería a disposición del comprador sobre el muelle (desembarcadero) en el puerto de destino. Asume todos los riesgos de pérdida o daño y los gastos, incluidos los de transporte, derechos, impuestos y demás cargos que derivan de llevar la mercadería hasta ese punto.

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

#### **DDU**

##### **ENTREGADA DERECHOS NO PAGADOS (...lugar de destino convenido)**

**Vendedor:** entrega la mercadería en el lugar convenido del país de importación en la fecha o dentro del período acordado para la entrega; asume riesgos y gastos de transporte y otros en los que se incurrió hasta ese momento.

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

#### **DDP**

##### **ENTREGADA DERECHOS PAGADOS (...lugar de destino convenido)**

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

## **8. LOGÍSTICA Y TRANSPORTE**

Cualquiera sea el Incoterm definido en el contrato de venta, el importador necesita conocer el precio total, es decir el que incluya los gastos de envío de la mercadería.

Por ello, es de fundamental importancia a fin de lograr una mejora en la competitividad del precio o en su margen comercial, que el exportador realice un análisis adecuado para disminuir los costos de transporte, dado que junto con el almacenaje, carga, estiba y seguro representan una parte significativa del precio del producto.

### **8.1. Transporte**

La elección del medio de transporte condicionará los plazos de entrega, los que se deberán compatibilizar con las necesidades del importador, dado que un retardo en la llegada de a mercadería puede menoscabar la imagen de la empresa y, por ende, su confiabilidad. La frecuencia en las entregas y demoras puede agravar o entorpecer los stocks, afectando la competitividad de la empresa, pues el mantenerlos genera costos adicionales.

La elección del itinerario del medio transportador condicionará el número de documentos y formalidades aduaneras a cumplir (tránsito por diferentes países), lo que puede afectar el pago, ya que el retraso en el envío de la mercadería es el punto inicial para el retraso del pago. En consecuencia, la elección del medio transportador genera consecuencias comerciales, técnicas, administrativas y financieras y se verá influenciada por tres factores clásicos: el costo, la demora, la inseguridad.

Para decidir el tipo de transporte más idóneo es conveniente tener en cuenta:

- tipo de mercadería (perecedera, no perecedera, peligrosa, etc.)
- distancias
- valor unitario del producto a transportar; peso y volumen
- requerimientos del cliente
- costo del flete
- flujo de las entregas
- costo financiero del capital invertido en los inventarios en tránsito y en bodega
- necesidad de stocks en el país importador
- infraestructura en el país de destino



Transporte	Características	Documento de transporte
<b>Marítimo</b>	<p>Por su capacidad, es el que mueve el mayor volumen de mercancías en el tráfico internacional.</p> <p>Es prácticamente el único medio económico para transportar mercancías entre puntos distantes estratégicamente.</p> <p>Existen buques adaptados a todo tipo de cargas.</p> <p>La mayor parte del tráfico internacional se realiza en régimen de libre competencia, según leyes del mercado de fletes.</p>	<p>Conocimiento de Embarque (Bill of Lading) (B/L).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lo emite el transportador, capitán o agente marítimo, contra la devolución de los recibos provisorios dentro de las 24 hs. de finalizada la carga.</li> <li>▪ Es prueba del contrato de transporte.</li> <li>▪ Es prueba, en principio, de la titularidad de la mercadería.</li> <li>▪ Es acuse de recibo de las mercaderías y del estado en que éstas se encuentran en el momento de la recepción. Puede ser: nominativo, a la orden o al portador.</li> </ul> <p><u>Limpio</u>: el capitán reconoce que las mercaderías han sido recibidas a bordo en perfecto estado y condiciones aparentes.</p> <p><u>Sucio</u>: El capitán expresa reservas con respecto al estado y condiciones de la mercadería.</p> <p><u>Directo</u>: Cuando entre el puerto de carga y el de descarga hay servicio directo.</p> <p><u>Mixto</u>: Cuando no hay servicio directo.</p> <p><u>Embarcado</u>: Extendido a la recepción de la mercadería a bordo.</p> <p><u>Para embarque</u>: Es un conocimiento provisional, que reconoce que las mercaderías han sido recibidas para su posterior embarque.</p>
<b>Fluvial</b>	<p>Lento y seguro.</p> <p>Económico en grandes volúmenes.</p>	<p>Conocimiento.</p>
<b>Aéreo</b>	<p>Mejor servicio al cliente por la rapidez de la entrega.</p> <p>Permite renovación constante de stocks.</p> <p>Mayor seguridad en los plazos de entrega.</p> <p>Adecuación para mercaderías perecederas, electrónicas o de mucho valor.</p> <p>Medio adecuado para el envío de muestras.</p> <p>Relación particular tarifa peso/volumen.</p> <p>Menor manipulación que reduce costo de embalaje.</p> <p>Las primas de seguro son más reducidas (bajos índices de robos, averías, o pérdidas por factores climáticos).</p> <p>Permite incrementar la vida comercial útil de los productos perecederos.</p>	<p>Guía aérea (Airway Bill).</p> <p>Lo emite el agente IATA (Asociación internacional de transporte aéreo) de cargas aéreas, autorizado por las compañías aéreas.</p> <p>Es un documento no negociable que si bien no involucra propiedad, como la posesión de un B/L, cumple varios propósitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prueba del contrato de transporte;</li> <li>▪ Prueba del recibo de la mercadería;</li> <li>▪ Factura de Flete;</li> <li>▪ Certificado de seguro;</li> <li>▪ Liberación aduanera.</li> </ul>
<b>Carretero</b>	<p>Simplicidad, versatilidad y flexibilidad.</p> <p>Permite transportar cualquier tipo de mercadería.</p> <p>Se utiliza cuando se trata de entregas puerta a puerta.</p>	<p>Carta de Porte (Inland or Ground Bill of Lading)</p> <p>Es el título legal del contrato entre el cargador y el porteador y prueba de la carga. Cumple una función importante como instrumento de crédito, representativo de los efectos cargados y puede ser emitido: al portador, nominativo, a la orden,</p>

	Fuerte competencia, lo que permite negociar condiciones ventajosas.	unimodal, conjunta o indistinta.
<b>Ferrovionario</b>	Es adecuado para grandes envíos de vagón completo a mercados limítrofes. Permite transportar gran variedad de tipos de mercaderías y grandes tonelajes en largos recorridos. Sus servicios son regulares, con itinerarios determinados. Facilidad de seguimiento de la carga. Bajo índice de siniestralidad.	Carta de Porte (Rail Road Bill of Lading) (ídem anterior)
<b>Multimodal</b>	Es reciente. Describe el traslado de mercaderías desde su origen hasta un destino, combinando distintos medios de transporte (terrestre, marítimo, aéreo). Es la consecuencia de los avances tecnológicos en el transporte internacional, principalmente con la utilización de pallets y contenedores o vehículos cerrados, capaces de ser transbordados de uno a otro medio de transporte sin necesidad de llevar a cabo manipulación alguna de las mercaderías, los cuales al estar precintados, permiten el tránsito aduanero por varios países, de manera simple y rápida. No es necesario realizar distintos contratos para cada cambio en el medio de transporte.	Conocimiento de Transporte Multimodal (Conocimiento FIATA – Federación Internacional de Asociaciones de Transportistas y Afines).

## 8.2. Términos de embarque y estructura de los fletes

Existen cinco operaciones vinculadas al transporte de la mercadería: la carga, la estiba, transporte en sí mismo (navegación), la desestiba y la descarga.

La forma de contratar la carga sobre la base de los gastos de carga y descarga, de acuerdo con las cláusulas de los contratos de transporte y fletamento, pueden incidir en el costo de la operación. Algunas variantes son:

<b>Términos de embarque</b>	<b>Estructura del flete</b>
<b>F.I. (Free in) Libre dentro ...</b>	Los gastos de carga no están incluidos en el flete, corren por cuenta de la mercadería. Si están los de estiba y descarga.
<b>F.I.O. (Free In and Out) Libre dentro y fuera</b>	El flete cotizado no incluye los gastos de las operaciones de carga y descarga, sí los de estiba; para cargas a granel.
<b>F.I.L.O (Free in liner out)</b>	Los gastos de carga son por cuenta de la mercadería y los de descarga por cuenta del armador o transportista.
<b>L.I.F.O. (Liner in free out)</b>	Los gastos de carga por cuenta del armador o transportista y los de descarga por cuenta de la mercadería.
<b>F.I.O.S. (Free in out and stowed) Libre dentro y fuera, libre de estiba</b>	El flete cotizado no incluye los gastos de las operaciones de carga, descarga y estiba.
<b>F.I.O.S.T. (Free in and out stowed and trimmed) Libre dentro, libre de estiba, trimado y puesto fuera del buque</b>	El flete cotizado no incluye los gastos de carga, descarga, estiba y trimado. El trimado es una operación complementaria de la estiba que consiste en los movimientos de las mercaderías en las bodegas, para lograr el correcto asiento o balance del buque (el paleo necesario en la carga de graneles secas para anular los conos en las bodegas y lograr el llenado de los espacios que con los medios mecánicos no puede obtenerse. Estos gastos son por cuenta de la mercadería.
<b>F.I.O.S.T. lashed secured</b>	Además de lo anterior, el flete no incluye el gasto de trabar y asegurar la carga (trincar) que corre por cuenta de la mercadería.
<b>F.I.S.L.O. (Free in and Stowed, Liner out)</b>	El flete cotizado no incluye las operaciones de carga y estiba. La descarga es por cuenta del armador o transportista.
<b>F.O. (Free out) Libre fuera</b>	Los gastos de carga están incluidos en el flete, pero no los de descarga.
<b>Liner terms or berth terms. Términos de línea o de muelle</b>	Implica que las operaciones de carga, estiba, desestiba y descarga están cotizadas dentro del flete. Se excluyen el costo de las operaciones previas al gancho en la carga y posteriores a éste en la descarga.

### **8.3. Envase y embalaje**

Una cuestión vinculada con la logística y el transporte es la forma en que la mercadería está acondicionada. La exposición a un manipuleo que puede ser intensivo, cuando la mercadería realiza un viaje largo o transbordos de medios de transporte, la expone a su deterioro o rotura.

#### **Envase**

Tiene que ver con una relación de definición de producto por sus atributos físicos, con una funcionalidad como es la contener, proteger y permitir un fácil manipuleo, mediante diseños y estructuras prácticas, así como leyendas y texto legales tales como el nombre del fabricante, el país de origen, el contenido neto, componentes, ingredientes, fecha de vencimiento, etc.

Además, debe tener en cuenta aspectos de comunicación e imagen, incluyendo los elementos gráficos que ayuden a captar la atención del consumidor en el punto de venta.

## **Embalaje**

Implica una relación distinta entre el producto y el acondicionamiento, dado que por lo general, no llega a estar en contacto con el consumidor final. Deberá dar protección frente al producto ya envasado, durante el proceso de entrega, transporte, manipulación y almacenamiento. Cualquiera fuera el Incoterm utilizado, el embalaje, la marcación, lista de empaque estarán a cargo del exportador.

La elección del embalaje presupone tener en cuenta varios factores:

- ⇒ *Costos*: la relación costo del embalaje/valor de la mercadería.
- ⇒ *Riesgos*: en función a la naturaleza de la mercadería, transporte escogido y entorno (clima, infraestructura del transporte).
- ⇒ *Reglamentaciones*: particulares en ciertos países o para cierto tipo de productos (productos peligrosos).
- ⇒ *Técnicos*: el embalaje pesado y voluminoso encarece el costo del transporte y manipuleo; el leve y de poco volumen, disminuye la protección.
- ⇒ *Jurídicos y financieros*: en caso de daño o avería, si se comprueba e incrimina el embalaje, es responsabilidad del exportador, anulando la responsabilidad del transportador y la cobertura del seguro.
- ⇒ *Comerciales*: insatisfacción del cliente en caso de avería, robo o pérdida, menoscabando la imagen o marca del exportador.
- ⇒ *Culturales*: no se deben descuidar los factores políticos, sociológicos y económicos del destinatario antes de encarar cualquier decisión para la fabricación o adecuación de un embalaje de exportación.

Una elección correcta del embalaje debe permitir un equilibrio entre: i) un nivel de riesgo de daño tolerable y ii) un costo aceptable para la competitividad-precio del producto.

Es importante tomar los recaudos y/o precauciones convenientes para realizar la marcación de los bultos en el tráfico internacional, a los efectos de rápido reconocimiento por los auxiliares de carga, transporte y autoridades portuario-aduaneras. Estas marcas pueden ser: precautorias e identificatorias o de embarque.

Normalmente no se utilizan palabras para indicar la precaución deseada sino símbolos, o ambos en forma simultánea. El texto de precaución debe aparecer debajo del símbolo en el idioma pactado o en inglés. Pueden ser estampados sobre etiquetas o sobre el mismo cuerpo del embalaje, en color negro inalterable al agua; en caso de que éste sea el color del embalaje, previamente se debe estampar una base de otro color.

## **8.4. Palletización**

Los pallets o paletas son plataformas, en general, de madera, de forma cuadrada o rectangular, de uso múltiple sobre los que se unitiva carga uniforme y única, a efectos de su más rápida y cómoda manipulación y movimiento con la utilización de los medios mecánicos disponibles.

El término unitizar implica apilar, sunchar, vendar, termocontraer con plástico la carga dispuesta sobre el pallet.

Las medidas de los pallets están normalizadas. La carga por este medio aprovecha el espacio, facilita el movimiento, etc., pero no es segura contra robos, roturas, inclemencias del tiempo, etc., a lo que se agrega que tiene determinada capacidad de carga y estiba.

## 8.5. Contenedores

Las limitaciones de los pallets fueron superadas por los contenedores que brindan mayor protección a las mercaderías durante el transporte y facilitan su manipulación, sobre todo en el trasbordo de un medio de transporte a otro, en la carga y descarga. Además, disminuyen los costos en el embalaje y seguro de las mercaderías.

Existen diferentes modelos, adecuados a la carga que deben transportar, están mundialmente estandarizados en dos medidas clásicas, 20 y 40 pies, si bien hay una tercera variante denominada "Jumbo", que solamente varía en cuanto a su altura.

Los diversos tipos de contenedores, disponibles tanto en 20 como en 40 pies son:

- a) De carga general o Standard Box o Dryvan: sin ventilación, para carga seca normal (bolsas, pallets, cajas, tambores) y para cargas voluminosas (tabaco, carbón).
- b) Open top: no poseen techo y se tapan mediante una lona plástica. Se usan para carga a granel en poca cantidad o equipos que no pueden ingresar por las medidas de la puerta. Permite la carga y descarga superior (maquinarias pesadas, planchas de mármol, etc.).
- c) Refrigerados integrales (Reefer): son térmicos y poseen equipos autónomos de frío. Se usan para mercadería que requiere temperaturas constantes sobre bajo cero (carne, pescado, fruta).
- d) Superventilados (Conair): no poseen equipos autónomos, sino que reciben aire refrigerado (de +3 a +10 °C) del buque por tuberías. Son generalmente usados para mercadería perecedera (manzanas, frutas).
- e) Flatrack tipo fijo no plegable: con terminales fijos o rebatibles, sin laterales. Diseñados para el transporte de carga de grandes dimensiones (maquinarias).
- f) Tanque: para transporte de líquidos: existen múltiples aplicaciones y diseños. Los hay revestidos para el transporte de productos químicos corrosivos, o para la carga de aceites y vinos. Hay disponibilidad de equipos con calefacción para otras cargas especiales.
- g) Granelero: con tomas superiores y descarga por precipitación. Revestidos especialmente, permiten el transporte de granos.
- h) Plataforma: para transporte de maquinaria o cargas de grandes dimensiones o extra peso (maquinaria rodante).

Los contenedores de 20 pies tienen medidas interiores de 2,20 mts. de alto por 2,20 mts. de ancho por 6 mts. de largo; carga máxima de 18 tn. Los de 40 pies tienen las mismas medidas de alto y ancho y un largo interno de 12 mts.; carga máxima de 26 tn.

Generalmente, existen compañías que alquilan los contenedores por un determinado período para realizar un servicio y cierto recorrido, según las siguientes modalidades:

- ☉ House to House (casa-casa): el contenedor es puesto a disposición de carga en el lugar de origen que indica el cargador, luego de ser completado, viaja internamente hasta el puerto embarque, se carga en el medio de transporte internacional, efectúa la travesía, se descarga en el puerto de destino y es llevado al depósito final de la mercadería.
- ☉ House to Pier (casa a muelle): igual a House to House, pero el contenedor sólo llega al puerto de destino, donde se descarga.
- ☉ Pier to House (muelle a casa): el contenedor se coloca a disposición en el muelle puerto de origen, siendo sus pasos siguientes iguales a House to House.
- ☉ Pier to Pier (muelle a muelle): el contenedor es dispuesto para su carga en el muelle del puerto de origen y debe ser desocupado en el muelle del puerto de destino.

Hay dos sistemas de carga y descarga de los contenedores en los buques: i) Ro-Ro (Roll on-Roll off) a través de rampas y ii) Lo-Lo (Lift on-Lift off) mediante grúas.

## **8.6. Consolidación**

Es el acto de colocar la mercadería dentro de un contenedor, si bien este término también se utiliza para el proceso de carga en camión o contenedor aéreo. La consolidación puede ser realizada directamente por el exportador en su planta o domicilio o en la terminal de contenedores, para lo cual debe enviar el cargamento en camiones donde personal especializado se encarga del llenado de los contenedores. Esto último es en forma simultánea con la verificación aduanera.

En caso de utilizar el transporte aéreo, el exportador no realiza la consolidación, dadas las particulares condiciones del acomodamiento de la carga dentro del avión.

Existen mercaderías que materialmente no pueden colocarse en un contenedor o cuyo transporte en grandes cantidades normalmente puede hacerse con mayor eficacia en buques especiales (transportes especiales para el azúcar a granel, buques destinados al transporte de automóviles, etc.).

Como ejemplo de cargamentos no contenerizables se puede citar la chatarra, los grandes camiones y las estructuras de acero de más de 12 m.

## **8.7. Control de calidad**

La calidad ha adquirido gran importancia, por las exigencias que en tal sentido formulan los compradores extranjeros y a los cuales se debe satisfacer, para evitar el riesgo de ser desplazados de los mercados, en particular de aquellos que tienen alta capacidad económica y exigen por ello una verdadera relación valor-producto.

No obstante, como otra consecuencia de la globalización, no existe ya una calidad de exportación sino el concepto genérico de calidad que comprende el ámbito universal de lo que pretendemos ofrecer a determinado mercado.

En consecuencia, el proceso de calidad debe ser parte integral de la empresa que lo debe aplicar no sólo al comprador del exterior, sino al total de su producción.

Efectuar la normatización de este proceso de calidad, implica necesariamente su documentación, para poder mantener el seguimiento de sus resultados y obtener así elementos de juicio para su mejora o modificación, a la vez de asegurar, uniformidad en los resultados y garantizar el cumplimiento mínimo de las especificaciones que pudieran requerirse.

Para ello, se requiere decisión política en la empresa, dado que su implementación requiere de la integración de todo el personal y genera, en muchos casos, grandes transformaciones que permiten a las empresas mantener el grado de permanencia y competitividad en el mercado.

Las Normas ISO, si bien no son de aplicación obligatoria, constituyen para muchas empresas un certificado de cumplimiento, siendo en muchos casos motivo de exigencia de los consumidores que desean tener garantías de cierto standard de calidad para el producto a consumir directamente o a ser incorporado a un proceso, con la seguridad de que el mismo mantendrá el nivel exigido en su propio compromiso cualitativo.

Las normas internacionales del grupo ISO 9000 se refieren a la gestión y aseguramiento de la calidad, las del grupo 10000 a las reglas de auditoría, directrices y guías y las 14000 a la gestión ambiental.

Dicha certificación al ser realizada por compañías especializadas asegura, la total independencia de los certificantes, en el cumplimiento de las mismas.

## **8.8. Seguro de transporte**

El asegurador se obliga, previo cobro de la prima, a indemnizar al asegurado o beneficiario, hasta el límite fijado, los daños materiales o pérdidas que sufra la mercadería objeto del transporte. Existen diversas modalidades de seguro de transporte:

- ❖ Por el tipo de transporte
  - marítimo, terrestre, fluvial o lacustre, aéreo.
  
- ❖ Por el interés puesto en riesgo
  - de los medios o vehículos
  - de los bienes/mercancías transportadas
  - de responsabilidades (ante terceros)
  
- ❖ Por la duración del contrato
  - Temporal o a término, habitual en el seguro de medios o vehículos.
  - Por viaje, principalmente para seguro de bienes/mercaderías
  
- ❖ Por la amplitud de la cobertura
  - Más o menos amplia, según la póliza que se utilice

Cuando durante el transporte se haya producido un daño sobre la mercadería y éste se encuentre asegurada, se debe proceder de la siguiente manera:

- a) Actuar con rapidez y diligencia para salvaguardar sus derechos.
- b) Reclamar por escrito a los transportistas, autoridades portuarias u otros depositarios.
- c) Dar aviso a la compañía aseguradora, telefónicamente y por escrito.
- d) Si se aprecia pérdida o daño en la mercadería, solicitar inmediatamente una verificación de las mismas por el transportista, depositario o sus representantes, dentro del plazo estipulado en la póliza contratada.
- e) La mercadería y su embalaje deberán mantenerse en el estado en que se recibieron hasta la llegada del inspector de averías, salvo peligro de que se aumenten las consecuencias del siniestro.

Documentación a enviar a la aseguradora, dentro de los plazos previstos en la póliza, para la liquidación de averías:

- Certificado de averías o informe pericial por el inspector designado por la compañía aseguradora; alternativamente, certificado de condición emitido por el transportista o las autoridades portuarias.
- Copia del reclamo escrito al transportista y la respuesta del mismo.
- Copia del remito entregado al transportista.
- Carta de porte original.
- Factura comercial del exportador con lista de contenido por bulto.
- Original o duplicado de la póliza del seguro debidamente endosada.

### ***Seguro de caución***

Al establecer las principales formas de operaciones aduaneras, en determinados supuestos, las obligaciones de hacer efectivo algunos pagos podrían quedar garantizadas.

Si bien los tipos de garantía que pueden brindarse son varios, en la práctica se verifica un uso intenso del seguro de caución, que reúne los elementos de todos los seguros.

En este caso, el beneficiario resulta ser la Aduana, el asegurador una compañía habilitada al efecto; y el tomador, el importador, exportador u otros sujetos auxiliares, como pueden ser los despachantes de aduana y los agentes del transporte aduanero.

Las garantías cubiertas por el seguro de caución, en general son las siguientes:

- Diferencias de derechos.
- Faltantes de documentación complementaria.
- Destinaciones de tránsito.
- Destinaciones temporarias.
- Depósitos aduaneros (habilitación)



## **9. OPERATORIA BANCARIA**

En toda transacción comercial, el comprador desea recibir las mercaderías que adquirió, en tiempo y forma, y el vendedor obtener el importe de la transacción, en el plazo acordado. Estas inquietudes se potencian en las transacciones internacionales, es decir intercambios entre personas situadas en países distintos. A los riesgos inherentes a cualquier operación comercial, se agregan otros como la situación económica, jurídica y monetaria de los países que participan en la operación.

La legislación aplicable en materia mercantil es diferente de un país a otro, al igual que la normativa arancelaria y para-arancelaria (importación) o beneficios (exportación) que responden a los intereses de cada país. A todo esto se agregan las dificultades que significan la distancia, el idioma, los problemas del transporte, es decir, la necesidad de una rápida disposición de la mercadería.

Sería ideal que pudiera darse una actitud simultánea entre la entrega de la mercadería y el pago de la misma. Es por ello que se recurre a instrumentos financieros cuyo procedimiento ha sido regulado internacionalmente por la Cámara de Comercio Internacional (CCI), con sede en París y que se adaptan a la naturaleza, exigencia y duración de estas operaciones. El exportador generalmente no posee información suficiente sobre su cliente. Por lo tanto tendrá reservas a que cumpla puntualmente con los compromisos asumidos. El comprador tendrá temor de desprenderse de su dinero atento a que ignora si el vendedor cumplirá con las condiciones de la entrega.

### **9.1. Medios de Pago Internacionales**

La elección del instrumento de pago por parte del comprador y del vendedor debe brindar a las partes las garantías necesarias relativas a la entrega de la mercadería y el correspondiente cobro de la operación.

Ante la necesidad de otorgar una mayor seguridad a las transacciones internacionales, con el transcurso de los años se fueron implementando mecanismos en los cuales las entidades bancarias adquirieron un rol protagónico. Los bancos interactúan diariamente facilitando el comercio internacional, cumpliendo distintas funciones de confirmadores, pagadores, presentadores, negociadores, remitentes, etc.

Existen distintas modalidades de pago:

- ⇒ Créditos documentarios
- ⇒ Cobranza documentaria
- ⇒ Orden de Pago o Transferencia / Pago directo

#### ***Carta de Crédito***

Este instrumento constituye un mecanismo ideado para asegurar el pago por el comprador y para controlar que el vendedor proporcione la documentación prevista relativa a la compraventa internacional.

A la obligación original de pago que tiene el comprador se suma la del banco emisor de la carta de crédito, pudiendo eventualmente agregarse la de otro banco que actúa como confirmador.

Cuando un banco abre una carta de crédito (Banco Emisor o Abridor) a solicitud de su cliente (Ordenante), dirige una comunicación al vendedor (Beneficiario) haciéndole saber que se compromete al pago de determinada suma con ciertas modalidades (vista, plazo, aceptando letra), siempre y cuando le sea entregada dentro de un plazo determinado la documentación que se detalla.

El vendedor cuenta con dos obligados al pago contra los que puede dirigir sus acciones: el comprador y el banco.

Pero el Banco emisor, normalmente situado en la plaza del Ordenante tendrá que recurrir a los servicios de un Banco corresponsal con ubicación en la plaza del Vendedor, quien podrá cumplir diversas funciones: notificar al Beneficiario de la apertura del crédito (Banco avisador) o la de recibir en su momento, por cuenta y orden del Banco emisor, la documentación pertinente para que la revise o para revisarla por su cuenta, considerar que está conforme con los requerimientos y realizar el pago (Banco designado)

Ninguna de estas funciones atribuirá al Banco corresponsal una obligación previa de pago; pero si el Banco corresponsal agrega su confirmación, entonces actuará también con la función de Banco confirmador, quedando en este caso, obligado hacia el beneficiario de la misma manera que lo está el Banco emisor.

El vendedor contará con tres obligados al pago, el Comprador el Banco emisor y el Banco confirmador.

La confirmación importa una nueva asunción acumulativa de deuda, no pudiendo ninguno de los tres obligados excusarse del pago sobre las bases del incumplimiento de los otros.

⇒ Carta de Crédito Avisada: el Banco emisor es el primer pagador.

⇒ El banco corresponsal no se co-obliga al pago.

⇒ Cadena de pago: 1) Banco emisor 2) Importador

⇒ Carta de Crédito Confirmada: el Banco corresponsal también se obliga al pago.

⇒ Confirmar o no es un derecho del Banco corresponsal

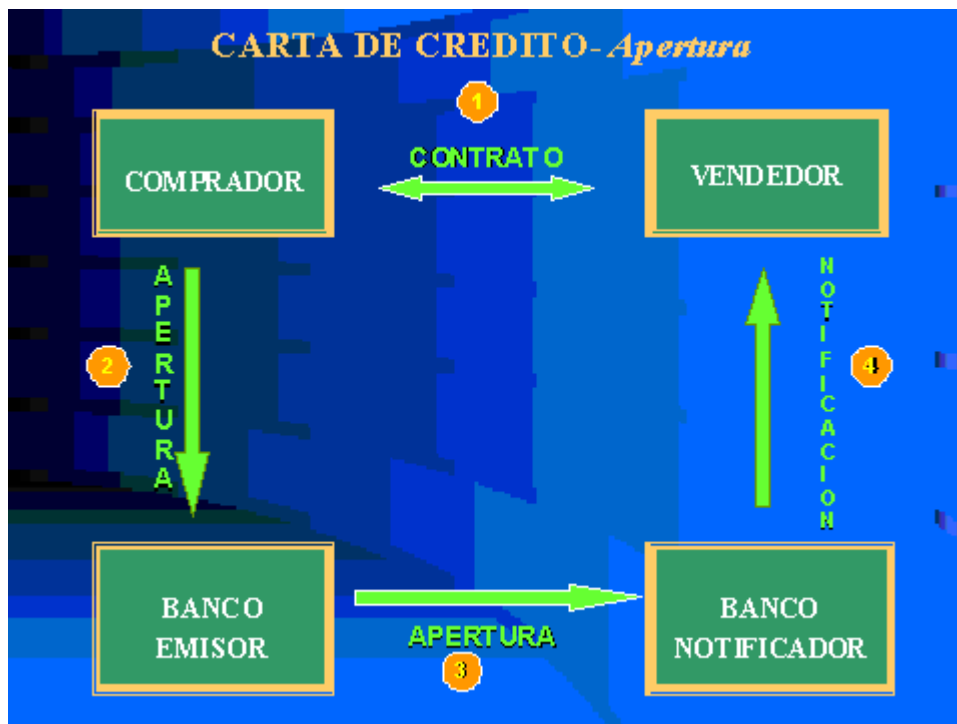
⇒ Cadena de pago: 1) Banco confirmador 2) Banco emisor 3) Importador

Las partes intervinientes son:

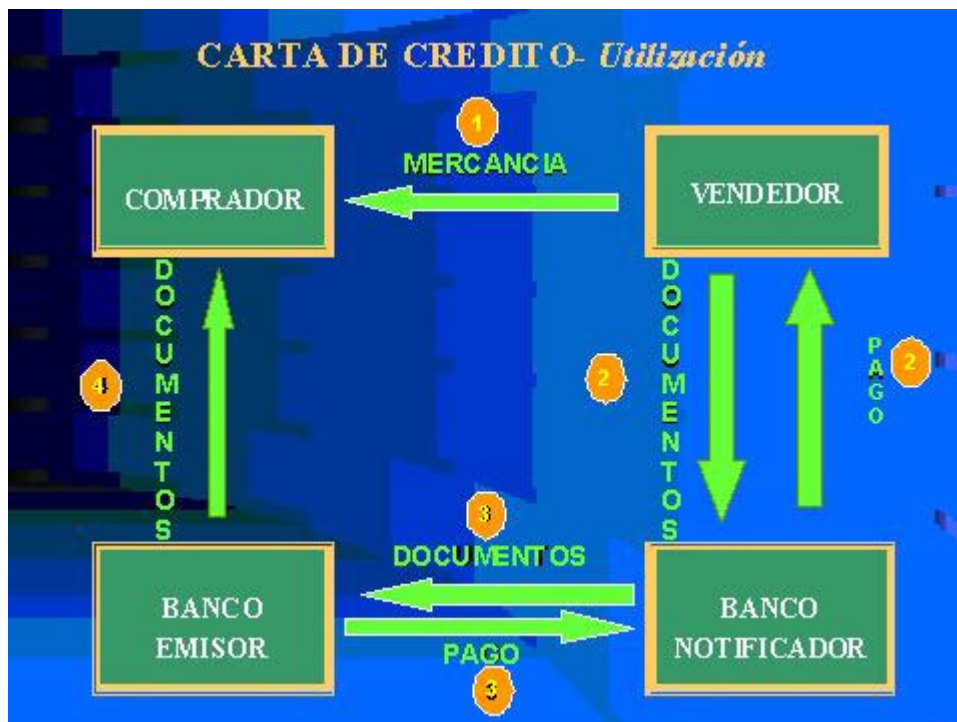
- Ordenante, abridor, tomador (comprador, importador);
- Banco emisor (banco del importador)
- Beneficiario (vendedor, exportador)
- Banco avisador o notificador
- Banco designado
- Banco confirmador

### Etapas de la Carta de Crédito

⇒ Emisión o apertura y presentación



⇒ Utilización /liquidación



### ***Clasificación de las Cartas de Crédito***

***Revocable o Irrevocable:*** obligación del Banco emisor. El revocable, de uso menos frecuente, permite al banco modificar o anular el crédito en cualquier momento y sin necesidad de dar aviso previo al Beneficiario.

En el caso de ser irrevocable, constituye un derecho firme a favor del Beneficiario, no susceptible de modificación unilateral por parte del Banco emisor.

***Confirmada o no Confirmada:*** obligación del Banco corresponsal respecto del Beneficiario. En el caso de no ser confirmado, el banco corresponsal actúa como simple mandatario del Banco emisor, sin estar obligado al pago. Si confirma el crédito, asume la deuda y debe cumplir aunque los fondos no le fueren provistos por el Banco emisor.

### ***Modalidades de las Cartas de Crédito en cuanto a su pago***

***Pago directo:*** a la vista o diferido a plazo, contra la presentación de los documentos.

***De aceptación:*** de letras de cambio libradas por el Beneficiario sobre el Emisor, las que deberán ser pagadas a su vencimiento.

***De negociación:*** de las letras libradas por el Beneficiario sobre el Ordenante del crédito, o bien sobre el Emisor de la Carta de Crédito. En definitiva es la promesa del descuento de las letras, pero con la característica de que el endoso de las mismas a los fines del descuento, serán sin recurso contra el endosante-beneficiario-exportador-vendedor.

<b>Carta de Crédito</b>	<b>Pago del importador</b>	<b>Cobro del exportador</b>	<b>Características</b>
Vista – Contado	contado	contado	
Aceptación	plazo	plazo	letras
Negociación	Plazo	contado	letras

***Divisible o Indivisible:*** cuando las mercaderías no pueden entregarse de una sola vez, sino en forma fraccionada, admite utilizaciones o envíos parciales.

***Rotativo:*** mediante su apertura el Banco se obliga hasta la concurrencia de una determinada cantidad, a renovar el crédito después de haber sido reembolsada la cantidad dispuesta, las veces que sea necesario antes del vencimiento del crédito.

***Rotativo Acumulativo o no Acumulativo:*** considerando que si el crédito no es utilizado en el periodo establecido se acumula o no para el siguiente periodo.

***De financiación:*** necesidades financieras del exportador, en especial para satisfacer a sus propios proveedores o completar el proceso productivo de los bienes, hacen incluir cláusulas en la Carta de Crédito, que le permiten hacerse de fondos con anterioridad a la entrega de la documentación definitiva del crédito. Anterior al embarque, es un pago a cuenta. Puede ser:

- Cláusula Roja: (financia proceso productivo); el exportador recibe un anticipo contra simple recibo, a cuenta del precio.
- Cláusula Verde: (financia embarque); el exportador además de presentar el simple recibo, tiene que cumplir con otro requisito, como por ejemplo demostrar la compra de materia prima o que la mercadería se encuentra en algún depósito fiscal.

Transferible o no Transferible: Da la posibilidad al beneficiario de transferir o no, sólo una vez, el crédito a su proveedor en forma parcial, dejando un margen para sus gastos y beneficios y fraccionándolo en caso de tratarse de varios proveedores.

Subsidiario (Back to Back credit): el vendedor usa el crédito documentario que le ha sido concedido para garantizar otro crédito otorgado por su banco a su proveedor.

Directo, Negociable y Librementemente Negociable: Si el crédito se vence en las oficinas del banco emisor, se lo considera un crédito directo y allí es donde debe ser presentada la documentación, generalmente por un Banco corresponsal.

Si el crédito es negociable en un tercer banco significa que a éste puede serle presentada la documentación, quien habiéndola encontrada conforme, podrá pagar el crédito o comprometerse a pagar a plazo o aceptar letras a plazo o negociar letras libradas por el Beneficiario contra el Banco emisor.

El Banco de la plaza del beneficiario actuará entonces como Negociador y con la presentación de los documentos quedará obligado al pago, pero una vez que hubiera encontrado los documentos conformes.

La diferencia con el Banco confirmador, es que no se ha obligado por el crédito en forma previa a la presentación de los documentos por el Beneficiario.

El Crédito Negociable puede serlo restringido a un solo banco o ser libremente negociable, en cuyo caso el emisor esta obligado a rembolsar a cualquier banco que al presentarse la documentación requerida conforme, hubiera pagado.

### ***Cobranza o Cobro documentario***

Cuando el vendedor de los bienes quiere asegurarse que no se entreguen los documentos de la compra-venta internacional sino es contra el pago o la aceptación de una letra por parte del comprador puede recurrir al mecanismo de la cobranza con intervención bancaria.

Si se trata de una operación a plazo como no se podrá exigir el pago contra la entrega de los documentos, se le pedirá al comprador que acepte una letra de cambio girada por el vendedor en su propio beneficio por el importe del precio de la compraventa y con una fecha establecida en ésta. Contará así con un título de crédito de fácil trasmisión, susceptible de descuento.

El vendedor realiza el embarque de la mercadería y remite por medio de un banco de su plaza a un banco de la plaza del comprador, los documentos previstos en la compraventa.

Una vez llegados los documentos al banco de la plaza del comprador, la entrega de los mismos se realiza contra la aceptación de la letra por parte del comprador o el pago vista.

El sistema provee cierta seguridad en cuanto a evitar la entrega de los documentos, si no se realiza el pago o se acepta la letra, pero no garantiza el pago.

Un banco de la plaza del exportador, llamado Remitente, actuando por cuenta y orden de un cliente, llamado Librador (el exportador) tramita el cobro de valores ante un Girado (el importador), por intermedio de un banco de la plaza del Girado, llamado Cobrador, sin más responsabilidades o compromiso que ejecutar las instrucciones de su cliente

### ***Orden de Pago Documentaria***

Recorre el camino inverso de la Cobranza. La Orden de Pago, con la correspondiente provisión de fondos, dispuesta por el Comprador, es retransmitida desde el banco de su plaza al de la plaza del Vendedor, a quien se le hará efectiva solo contra entrega de los documentos previstos.

### ***Orden de Pago / Transferencia***

El pago directo constituye la forma más simple de canalización del precio de la compraventa internacional.

Esta modalidad no ofrece garantías para ninguna de las partes. Si el pago resulta anticipado, el comprador se ve sometido al riesgo de que el exportador no embarque lo convenido. Al contrario, si el pago es al contado, el riesgo resulta para el vendedor frente a la posible negativa del importador de cumplir con su obligación.

Aquí no hay intervención de los bancos, salvo en cuanto a que el pago se puede cursar mediante órdenes de pago bancarias, giros, transferencias, cheques, etc. La ausencia de seguridades para las partes intervinientes hace que la utilización de esta modalidad sólo sea aconsejable entre compañías que tienen un largo trato comercial de confianza, o que se trate de empresas vinculadas. Sin embargo, se puede ver que, a pesar del riesgo que implica, en numerosas oportunidades las empresas recurren a este procedimiento, debido a que la ausencia de intervención bancaria abarata los costos de la operación.

Es la transferencia de fondos que un Ordenante o Tomador (el importador) efectúa a favor de un Beneficiario (el exportador) mediante los canales bancarios. Puede ser Orden de Pago anticipada, diferida, contado, diferida a plazo.

### ***Aval Bancario***

Mediante este mecanismo, un banco puede garantizar el pago del precio de una compraventa internacional, avalando la obligación de pago del comprador plasmada en la aceptación de una letra de cambio.

Usualmente derivada de una cobranza, el vendedor que ha librado una letra a su propio beneficio cuenta con dos deudores solidarios, el comprador que aceptó la letra y el banco que la avala.

### ***Letra avalada***

Constituye un título susceptible de descuento, que le permite al vendedor financiarse durante el plazo que ha otorgado para el pago.

## **9.2. Documentos de manejo habitual en exportación**

Los documentos que pueden ser requeridos al Beneficiario (exportador o vendedor) estipulados en la Carta de Crédito, pueden ser, entre otros, los siguientes:

**Documento de transporte:** documento representativo de la mercadería o transporte (Conocimiento de Embarque, Guía Aérea, Carta Porte).

**Factura comercial:** es el documento en el que se instrumenta la operación de compraventa ya concertada, y que este recibe junto con el conocimiento de embarque y demás documentación.

**Factura Consular:** hay cartas de crédito que requieren que la factura comercial se encuentre visada o intervenida por el consulado del país de destino, denominado comúnmente “Factura Consular”.

**Certificado de Calidad:** Por lo general son certificados extendidos por compañías privadas especializadas en análisis y control de calidad, y hacen referencia a los análisis y controles a que ha sido sometido el producto.

**Certificado de análisis o inspección:** Este certificado es otorgado por la autoridad competente de laboratorios oficiales o institutos oficiales reconocidos, y hacen referencia al análisis efectuado sobre determinada mercadería. Su contenido varía de acuerdo a la mercadería que se trate. Generalmente se solicita para productos químicos o alimenticios.

**Certificado de Origen:** Es un documento por medio del cual, la Cámara de Comercio o la Cámara de Exportadores u otro organismo habilitado, certifica que las mercaderías a ser despachadas y detalladas en el mismo son originarias del país exportador.

**Certificado Sanitario:** En este certificado se deja constancia que el producto a exportar está libre de enfermedades infecciosas, gérmenes, virus, etc., que puedan afectar su calidad. Este certificado lo emite la entidad sanitaria competente y se utiliza generalmente en la exportación de carnes y productos alimenticios.

**Certificado de Fabricación:** Es un certificado extendido por el exportador en el cual se deja constancia que él ha sido el fabricante.

**Certificado de seguro:** es de aplicación únicamente cuando la condición de entre es costo y seguro o superior, y prueba que el exportador ha contratado un seguro, cuya cobertura y prima correspondiente deberán especificarse por separado.

**Lista de empaque:** es elaborada por el exportador y se utiliza en todos los casos, salvo para mercadería a granel, donde se detalla el contenido de los embalajes embarcados.

### **9.3. Cámara de Comercio Internacional**

Organismo constituido en 1919 mediante la Conferencia de Atlanta. Tiene su sede en París (Francia), oficinas regionales en Nueva York, Ginebra y Bangkok y comités nacionales (a nivel de sector privado) en los principales países del mundo. Se ocupa de todos los aspectos atinentes al comercio internacional procurando uniformar sus normas y procedimientos.

En tal sentido merecen destacarse: los Incoterms 2000, las Reglas y Usos Uniformes relativos a los Créditos Documentarios (UCP 500), a las Cobranzas (UCR 522) y a los Reembolsos (525), así como las Normas para el Arbitraje Internacional.

## **10. OPERATORIA ADUANERA**

### **10.1. Régimen Aduanero**

Se sustenta en dos pilares fundamentales. Por un lado la institución aduanera representada por la AFIP (Dirección General de Aduanas), con sus funciones, facultades, territorio y zonas y, por el otro, la ley marco o Código Aduanero (Ley N° 22.415-Decreto Reglamentario N° 1001/82 y sus Modificatorias), cuya finalidad es regular todos los institutos que conforman el ordenamiento aduanero de base.

#### ***Administración Federal de Ingresos Públicos***

Es el ente encargado de la ejecución de la política tributaria y aduanera. La Dirección General de Aduanas (DGA) es la responsable de la aplicación de la legislación aduanera, orientando su intervención aduanera al cumplimiento de las normas en materia tributaria y arancelaria, al control de calidad y cantidad con fines de valoración y estadística, al control de las prohibiciones de importación y exportación de productos y a las demás facultades que le otorga el Código Aduanero y la legislación complementaria.

Además, tiene el control de entrada y salida de las mercaderías del país y la percepción de las rentas aduaneras y el cumplimiento de la reglamentación vigente en todo lo relativo a las prohibiciones, suspensiones, cupos, etc.

Las funciones principales en las operaciones de exportación e importación son el control del valor de la mercadería que conforma la base de imposición de los derechos, demás tributos, tasas y eventualmente la restitución de los tributos interiores y el control de la posición arancelaria en la NCM basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercaderías, con el objeto de establecer la situación tributaria y/o promocional correspondiente a cada producto o artículo.

#### ***Código Aduanero***

Está precedido de una exposición de motivos, cuya finalidad es fundamentar lo legislado en el Código. La estructura comprende un título preliminar con tres capítulos referidos a tres esferas fundamentales del derecho aduanero: el ámbito espacial, la importación y la exportación de mercaderías. Luego se desarrolla la regulación de la materia en 16 secciones referidas a: sujetos aduaneros, control, importación, exportación, disposiciones comunes a importación-exportación, regímenes especiales, áreas que no integran el territorio aduanero general, prohibiciones, tributos, estímulos a la exportación, reciprocidad, disposiciones penales y especiales, preferencias aduaneras, procedimientos y disposiciones complementarias y transitorias.

### **10.2. Ámbito**

Las disposiciones del Código Aduanero rigen en todo el ámbito terrestre, acuático y aéreo sometido a la soberanía de la Nación Argentina, así como en los enclaves constituidos a su favor.

Las funciones de Aduana se cumplen dentro del territorio aduanero, parte del ámbito antes mencionado, donde se aplica un mismo sistema arancelario y de prohibiciones de carácter económico a las importaciones y exportaciones. Dentro del concepto de Territorio Aduanero se distingue:



- ❖ Territorio aduanero general: en el cual es aplicable el sistema general arancelario y de prohibiciones de carácter económico a las importaciones y exportaciones.
- ❖ Territorio aduanero especial o área aduanera especial: en el cual es aplicable un sistema especial arancelario y de prohibiciones de carácter económico a las importaciones y exportaciones.
- ❖ Zona primaria aduanera: es la porción del territorio aduanero habilitada para la ejecución de operaciones aduaneras o afectadas al control de las mismas. En ellas rigen normas especiales para la circulación de personas y el movimiento y disposición de mercancías tales como: locales, instalaciones, depósitos, etc., afectados a operaciones o control aduanero: puertos, muelles, atracaderos, aeropuertos, pasos fronterizos; los espejos de agua de las radas y puertos adyacentes a los lugares antes mencionados; otros lugares que cumplieren dichas funciones y los espacios aéreos sobre los lugares precitados.
- ❖ Zona secundaria aduanera: por exclusión, esta zona es la porción del territorio aduanero que no constituye zona primaria aduanera.
- ❖ Zona de vigilancia especial: es una franja o sector de la zona secundaria aduanera sometida a normativas especiales de control (fronteras terrestres o acuáticas del territorio aduanero, ríos nacionales, riberas de los ríos internacionales y nacionales de navegación internacional y una línea interna paralela trazada a una distancia de 100 km), enclaves, espacio aéreo sobre los lugares antes mencionados.
- ❖ Enclave: es el ámbito sometido a la soberanía de otro estado, en el cual, en virtud de un convenio internacional, se permite la aplicación de la Legislación Aduanera Nacional.
- ❖ Exclave: es el ámbito, sometido a la soberanía de la Nación Argentina, en el cual, en virtud de un convenio internacional, se permite la aplicación de la legislación aduanera de otro estado.

### **10.3. Tratamiento aduanero de las exportaciones**

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

Destinación definitiva de exportación para consumo: Corresponde cuando la mercadería exportada puede permanecer por tiempo indeterminado en el exterior. El exportador debe comprometer una declaración indicando la posición arancelaria, mercadería, naturaleza, especie, calidad, estado, peso, cantidad, precio, destino y toda circunstancia necesaria para determinar la correcta clasificación arancelaria y valoración de la mercadería.

Declaración suspensiva de exportación temporaria: Corresponde cuando la mercadería exportada puede permanecer con una finalidad y por un plazo determinado, fuera del territorio aduanero quedando sometida desde el momento de su exportación a la obligación de ser reimportada para consumo con anterioridad al vencimiento del plazo indicado. La mercadería puede ingresar en el mismo estado o puede haber sido sometida en el exterior a algún trabajo de perfeccionamiento o beneficio (perfeccionamiento pasivo). En este último caso, el retorno de la mercadería perfeccionada o beneficiada industrialmente, está sujeta a la imposición de tributos a la importación que se aplicara sobre el mayor valor de la mercadería. Esta destinación puede ser transformada en Destinación Definitiva, en el supuesto de que el exportador venda la mercadería en el exterior.

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

Destinación suspensiva de removido: Es aquella en virtud de la cual, la mercadería de libre circulación en el territorio aduanero puede salir de este para ser transportada a otro lugar del

mismo, con intervención de las aduanas de salida y destino, sin que, durante su trayecto, atravesase o haga escala en un ámbito terrestre no sometido a la soberanía nacional. Incluye asimismo a los ríos de navegación internacional entre dos puntos del territorio.

#### **10.4. Aspectos aduaneros**

##### *Requisitos para inscribirse como exportador o importador*

Las personas o compañías que quieran dedicarse a la exportación deben encontrarse inscriptas en el Registro de Importadores y Exportadores de la DGA, para lo cual previamente deberán cumplimentar las exigencias del Código Aduanero y su reglamentación (Ley N° 22.415 y Decreto N° 1001/82 y sus modificatorias), que, entre otras, impone, las siguientes obligaciones:

##### Personas de existencias visible

- a) Tener capacidad para ejercer por sí mismo el comercio y estar inscripto como comerciante en el Registro Público de Comercio;
- b) Acreditar la inscripción en la DGI, a través de la Clave Única de Identificación Tributaria (CUIT);
- c) Acreditar domicilio real y constituir domicilio especial en la República Argentina;
- d) Acreditar la solvencia necesaria y otorgar a favor de la DGA una garantía, conforme y según determinare la reglamentación, en seguridad del fiel cumplimiento de sus obligaciones;
- e) No estar comprendido en alguno de los siguientes supuestos:
  - 1) Haber sido condenado por algún delito aduanero, impositivo o previsional;
  - 2) Haber sido socio ilimitadamente responsable, director o administrador de cualquier sociedad o asociación, cuando la sociedad o la asociación de que se tratase hubiera sido condenada por cualquiera de los ilícitos mencionados en el punto 1). Se exceptúa de esta inhabilitación a quienes probaren haber sido ajenos al acto o haberse opuesto a su realización;
  - 3) Haber sido condenado por delito reprimido con pena privativa de la libertad. Exceptúanse los delitos contra las personas, el honor, la honestidad y el estado civil, cuando la sentencia hubiera concedido el beneficio de la ejecución condicional de la pena;
  - 4) Estar procesado judicialmente o sumariado en el ámbito de la AFIP por cualquiera de los ilícitos indicados en los puntos 1°) y 3°), mientras no fuere sobreseído provisional o definitivamente o absuelto por sentencia o resolución firme;
  - 5) Haber sido sancionado con la eliminación de cualquiera de los demás registros previstos en el artículo 91 apartado 2. inciso I) del Decreto N° 618/97, hasta que se hallare en condiciones de reinscribirse;
  - 6) Ser fallido o concursado civil, hasta su rehabilitación;
  - 7) Estar inhibido judicialmente para administrar o disponer de sus bienes mientras esta situación subsistiere;
  - 8) Ser deudor de obligación tributaria aduanera, impositiva o previsional exigible o de obligación emergente de pena patrimonial aduanera, impositiva o previsional firme, o ser socio ilimitadamente responsable, director o administrador de cualquier sociedad o asociación, cuando la sociedad o asociación de que se tratase fuere deudora de alguna de las obligaciones mencionadas. Estas inhabilidades subsistirán hasta la extinción de la obligación;
  - 9) Estar inhabilitado para importar o exportar.

##### Personas de existencia ideal

- a) Estar inscriptas en el Registro Público de Comercio y presentar sus contratos sociales;
- b) Acreditar la inscripción en la DGI, a través de la Clave Única de Identificación Tributaria (CUIT);

- c) Acreditar la dirección de la sede social y constituir domicilio especial en la República Argentina.
- d) Acreditar la solvencia necesaria y otorgar a favor de la DGA, una garantía en seguridad del fiel cumplimiento de sus obligaciones, de conformidad con lo que determine la reglamentación;
- e) No encontrarse la sociedad, asociación o cualesquiera de sus directores, administradores o socios ilimitadamente responsables en alguno de los supuestos previstos en el punto anterior inciso e).

### ***Exportación por cuenta de terceros***

La legislación vigente considera operación de exportación por cuenta y orden de terceros aquellas encomendadas por el propietario de la mercadería a mandatarios, consignatarios u otros intermediarios para que efectúen la venta de la referida mercadería al exterior por cuenta y orden del propietario de la mercadería.

La persona que documenta aduaneramente la exportación por cuenta y orden de un tercero, efectúa una operación de intermediación, atento a que no existe transferencia de la propiedad de la mercadería.

Los créditos que pudieran corresponder a la mercadería se abonarán al exportador quién, conjuntamente con el tercero, asume la responsabilidad solidaria en los aspectos promocionales, tributarios y/o sancionatorios de la operación.

Respecto al Impuesto al Valor Agregado (IVA), la ley respectiva entiende por exportador al mandante o comitente de la operación, propietario de la mercadería y por lo tanto el titular de los créditos por el impuesto facturado. Corresponde al exportador interponer ante la AFIP las solicitudes de recupero del impuesto a que se refiere la ley del IVA.

### ***Auxiliares del comercio y del servicio aduanero***

Despachante de aduana: persona de existencia visible que realiza en nombre del exportador, ante el servicio aduanero los trámites y diligencias relativas a la importación, la exportación y demás operaciones aduaneras. Para ello, debe estar inscripto en el Registro de Despachante de Aduana.

Agente de transporte aduanero: persona de existencia visible o ideal que en representación de los transportistas, tiene a su cargo las gestiones relacionadas con la presentación del medio transportador y de sus cargas ante el servicio aduanero. Debe estar inscripto en el Registro de Agentes de Transporte Aduanero.

Apoderados generales y dependientes: los Despachantes de Aduana y los Agentes de Transporte Aduanero están facultados por el Código Aduanero para hacerse representar por apoderados generales y, además, pueden facultar a otros dependientes para realizar determinadas gestiones ante la DGA. Los apoderados generales deberán estar inscriptos en el Registro de Apoderados Generales de los Auxiliares del Comercio y del Servicio Aduanero.

#### Otros

La Empresa aseguradora: Solamente interviene, desde el punto de vista de interés del vendedor, cuando las operaciones son realizadas bajo condiciones CIF y donde es responsabilidad del mismo la contratación del seguro internacional.

Embarcadores, forwarders: hace las veces de representante del comprador en el país del exportador, tomando a su cargo la confección y/o tramitación de la documentación necesaria y requerida y el embarque de la mercadería en el medio de transporte previsto.

La Empresa Consolidadora: empresa que presta el servicio de consolidación, generalmente para el caso de transporte marítimo.

Agencia de estiba: a solicitud del transportista y/o cargador-consignatario, manipulean la mercadería en las zonas fiscales de jurisdicción portuaria y a bordo de los medios de transporte, disponiendo de personal especializado y elementos mecánicos de movilización.

### ***Clasificación de la Mercadería a los fines aduaneros***

La Nomenclatura Común del Mercosur (NCM) clasifica los productos, asignando a cada uno de ellos, una única posición arancelaria. Esto permite obtener una interpretación legal uniforme en todos los países miembros de la Organización Internacional de Comercio (OMC), en el marco del Sistema Armonizado de clasificación de mercaderías que define cada posición en términos de denominación técnica y de referencia a nivel mundial.

A partir de dicha clasificación, se pueden identificar los incentivos gubernamentales que le corresponden a su producto. Asimismo, con la posición exacta se puede obtener información sobre el tratamiento que recibirá el producto en el mercado de destino, tanto en materia arancelaria como no arancelaria, eventuales restricciones de acceso y especificaciones técnicas.

La empresa conociendo la NCM de su producto, tiene mayor facilidad de acceso y lectura de ciertos datos estadísticos proporcionados por distintos organismos públicos y privados: precios y volúmenes de exportaciones, oportunidades comerciales, perfiles de mercado.

La estructura de la NCM está conformada por 21 Secciones y 99 Capítulos. Las secciones están ordenadas según el grado de elaboración de los productos, los que están comprendidos de acuerdo a los siguientes criterios:

1. Su origen según la clásica división de los reinos de la naturaleza.
2. La materia prima utilizada en su fabricación.
3. La naturaleza del producto.
4. Su función.

Los artículos para los cuales no se encontró un criterio adecuado a causa de su diversidad, se engloban en una partida bolsa denominada "los demás".

Se entiende por posición arancelaria el código numérico integrado por los siguientes pares de dígitos:

- Capítulo (2 dígitos).
- Partida (4 dígitos).
- Subpartida Sistema Armonizado (6 dígitos, comunes en el marco de la OMC).
- Subpartida Regional (8 dígitos, comunes dentro del MERCOSUR).

### ***Valoración de las mercaderías de exportación***

El Código Aduanero estableció el concepto de Valor Imponible que corresponde al valor real de la mercadería que se exporta, base de cálculo para la liquidación del derecho y/o el reintegro de exportación, de conformidad con el precio en que se pactó la compraventa entre las partes.

En la determinación del Valor Imponible se considera una operación en condiciones FOB-Incoterms 2000 (las cláusulas que cita el Código Aduanero, corresponden a los Incoterms versión 1980), como consecuencia de una venta contado, que incluye todos los gastos hasta colocar la mercadería sobre el medio internacional que transporte la mercadería con destino inmediato al exterior, en un todo de acuerdo con la cláusula FOB.

Cuando el precio no constituyere una base idónea de valoración para determinar el Valor Imponible, el servicio aduanero puede apartarse del mismo, en cuyo caso utiliza como base de valoración, el valor obtenido que mejor se adecue, a partir de:

- la estimación comparativa con mercadería idéntica o similar;
- la cotización internacional;
- el precio de venta en el mercado interno del país de destino, con los ajustes correspondientes;
- el costo de producción;
- el precio de venta pagado o estimado en el mercado interno del país de exportación.

### ***Regulaciones arancelarias***

Las medidas arancelarias son las establecidas como derecho de exportación. Este último puede adoptar la forma de un porcentual (ad-valórem), a ser aplicado sobre el valor de la mercadería (FOB - Valor Imponible), ser un derecho específico (una suma fija a ser calculada sobre una unidad de cuenta), o aplicarse una combinación de ambos (sistema mixto).

En la República Argentina están en vigencia solamente los derechos ad-valórem y se aplican, de acuerdo a la mercadería de exportación de que se trate. Los aranceles aplicables son de 5%, 10% y 20%, sobre el valor FOB de la mercadería a exportar.

### Normativa legal

Res. ex-MEI N° 11/02, Res. ME N° 35/02, Decretos N° 583/02 y N° 835/02, Res. Gral. DGA N° 1275/02, Decretos N° 310/02 y N° 809/02, Res. ME N° 51/02

### Compatibilidad con otros derechos

Los derechos fijados por la Res. ex-MEI. N° 11/02 serán adicionados a los ya existentes, sean permanentes o transitorios.

### Exenciones

El valor CIF de las mercaderías importadas temporariamente bajo el Régimen de la Res. ex-MEyOSP N° 72/92 y el Decreto N° 1439/96, en la medida en que las mismas se hubieran incorporado a las mercaderías exportadas. (Res. ex-MEI N° 11/02 y ME N° 35/02).

Aquellas exportaciones de material destinado a la difusión turística y a la realización de ferias y exposiciones, congresos u otras similares. (Res. ME N° 51/02).

Aquellas previstas por normas preexistentes: Ley N° 24.196, Ley N° 19.640, Ley N° 24.331, Ley N° 24.633, Ley N° 23.390, Ley N° 14.842.

### ***Regulaciones no arancelarias***

En la República Argentina determinadas exportaciones están alcanzadas por trámites que deben ser cumplidos con carácter previo a la salida de la mercadería del país, los que están destinados a cumplir requisitos específicos respecto a medidas sanitarias, fitosanitarias, composición de producto, conservación de la fauna y flora silvestre, obras de arte y antigüedades, armas, sanidad y calidad vegetal, estupefacientes y psicotrópicos, controles zoonosarios, alimentos y alcoholes y otras (ambientales, etc.).

### ***Zonas Francas (ZF)***

Las Zona o Área Franca de la República Argentina, es un ámbito perfectamente limitado, dentro del cuál la mercadería no está sometida al control habitual del servicio aduanero y su introducción y extracción no están gravadas con el pago de tributos, salvo las tasas retributivas de servicios.

Las mercaderías que ingresan a la zona pueden permanecer en ellas por tiempo indeterminado, de acuerdo a la reglamentación de cada zona en particular.

Las actividades a desarrollarse en el ámbito franco son las de almacenaje, comerciales, de servicios e industriales. Esta última con el objeto de exportar a otro país, salvo para determinados bienes de capital.

No se requiere la constitución de garantías, tanto para las operaciones de introducción o extracción hacia o desde la Zona Franca.

En la zona franca se aplican todas las disposiciones de carácter impositivo, aduanero, laboral, financiero, y las de carácter penal que rigen en el territorio aduanero general. Los servicios básicos (energía eléctrica, comunicaciones, gas, etc.), están exentos del pago de los impuestos nacionales.

Las mercaderías procesadas industrialmente en las zonas francas no tienen origen Mercosur. Por lo tanto si el producto elaborado en la zona franca es exportado a Brasil, Paraguay o Uruguay, debe abonar en destino los tributos de importación como si la mercadería proviniese de un tercer país.

#### Normativa legal

Ley 24.331/94, Decreto 906/94

Con esta normativa se faculta la existencia de una zona franca en cada provincia y cuatro zonas más en aquellas regiones donde se justifique su implementación por su situación económica crítica y/o vecindad con otros países.

#### ***Sistema Informático María***

El Sistema Informático María (SIM) operativo en Argentina, es un sistema de registración aduanera basado en medios informáticos más verificación selectiva.

Al arribo del medio transportador, se ingresan al sistema los manifiestos de carga en los casos de importación. En los de exportación, se registran los manifiestos para efectuar el cruce de la relación de la carga. Desde su oficina, el usuario se conecta al Sistema María a través de una terminal de video y una impresora. Ingresará al mismo introduciendo su tarjeta magnética al lector que corrobora su autorización y su clave para operar. Luego, señalará a través de la computadora su intención de realizar una declaración de importación o exportación, transcribiendo los datos generales propios de la operación.

El sistema hará un control de los datos aportados y de la habilitación del importador-exportador. Una vez aprobados, el usuario deberá declarar el tipo, valor y cantidad de la mercadería. El Arancel Informático Integrado y sus módulos de acceso devolverán al despachante una respuesta a su declaración, la que está referida a la liquidación que deberá abonar por derechos, tasas, impuestos y demás gravámenes, según lo declarado; además informará si la operación está sujeta a cupo, si existe algún Acuerdo que influya sobre la operación, si corresponde la intervención de un organismo de Estado, si debe presentar garantías o cualquier otro trámite o documentación exigido por la documentación vigente.

Una vez recibidas las indicaciones señaladas, el usuario tendrá tres posibilidades: i) cancelar la operación, porque efectuó una consulta; ii) mantenerla en suspenso por 24 o 48 hs. a la espera de la documentación; iii) oficializar la declaración, con lo cual continuará la operatoria.

Antes de la validación, el sistema verifica la declaración con la mercadería ingresada al mismo; se efectúa el cruce automático y la rebaja del manifiesto, determinando el stock de mercaderías en depósito como la que está en situación de rezago. Posteriormente, se ejecutan los módulos de selección, consistente en una matriz de decisión que registra los criterios del control de la documentación y las mercaderías que establece la Aduana. La declaración pasa por esta matriz y el sistema determina el circuito o canal administrativo para retirar o embarcar. En esta fase se presentan tres circuitos alternativos:

a) verde: luego de pagar los tributos correspondientes, se podrá retirar o embarcar la mercadería sin más trámite ni revisión alguna.

- b) naranja: se deberá presentar ante la Aduana la documentación para un control, con carácter previo al despacho o embarque de la mercadería.
- c) rojo: el usuario deberá presentarse ante la Aduana quien practicará un control físico de la mercadería y de la documentación en forma previa al despacho.

Si el sistema decide canales rojo y/o naranja, se imprime el despacho en la oficina del despachante, con toda la información. Si indicó verde antes de imprimirse la declaración, el sistema aplica del módulo contable, es decir, liquidación, débito y registro del mismo. Por ultimo, el sistema se complementa con controles diferidos y a posteriori, sobre la documentación y auditorías en las empresas

## **11. FINANCIACIÓN DE EXPORTACIONES SEGURO DE CRÉDITO A LA EXPORTACIÓN**

### **11.1. Financiación de Exportaciones**

El acceso a una financiación adecuada del comercio es un elemento fundamental para lograr buenos resultados en materia de exportación.

La necesidad de financiación puede suscitarse ya antes del envío de la mercadería, cuando la empresa necesita adquirir insumos (sean materias primas, bienes de capital, etc.) y además realizar las labores de transformación. Este tipo de créditos conocidos como de prefinanciación de exportaciones es particularmente necesario cuando las actividades manufactureras de que se trate lleven un tiempo considerable de elaboración o cuando se deba importar insumos para elaborar los productos a exportar.

Las empresas también podrán necesitar que se financien sus exportaciones una vez fabricados los bienes, ya que su capacidad para competir eficazmente dependerá de que puedan respaldar sus ofertas a los compradores extranjeros con condiciones crediticias atractivas.

#### ***Banco de Inversión y Comercio Exterior S.A. (BICE)***

El BICE, banco comercial público de segundo grado, creado a fines de 1991, tiene por misión financiar la inversión productiva y el comercio exterior, actuar como Autoridad de Aplicación del Seguro de Crédito a la Exportación, organizar e invertir en fideicomisos y ser socio protector en sociedades de garantía recíproca.

A los efectos de cumplir con su cometido, el BICE tiene disponibles las siguientes líneas:

#### **Prefinanciación de Exportaciones**

Financia la producción de bienes y servicios destinados a la exportación a través de entidades financieras locales elegibles para el BICE.

#### Características

⇒ **Destinos:**

a) Productos primarios en función de su importancia estratégica en el desarrollo de economías regionales, a criterio del BICE; b) Manufacturas de Origen Agropecuario (MOA) y Manufacturas de Origen Industrial (MOI); c) Transformación, modernización, reparación o incorporación de mercaderías a conjuntos o aparatos de mayor complejidad tecnológica y/o funcional introducidos temporalmente al país para su exportación.

⇒ **Tomadores finales:** exportadores de productos primarios (según a) y de MOA y MOI (según b) y prestadores de servicios (según c). El BICE también puede considerar a productores y fabricantes de MOA y MOI en forma mancomunada con los exportadores, siempre que los fondos se acrediten directamente a los primeros y tengan un contrato de venta con el exportador.

⇒ **Porcentaje máximo de la financiación:** hasta el 75% del valor FOB de la exportación o del monto de los servicios. Límite mínimo: u\$s. 20.000. Límite máximo: u\$s. 500.000.



⇒ **Plazo:** se ajusta al ciclo productivo (aprovisionamiento de materiales y elaboración), al despacho y a la negociación de los instrumentos de pago de los bienes y/o servicios exportados, a partir de la fecha de los desembolsos.

⇒ **Tasa de Interés:** el BICE la fija para la EFI y ésta la pacta libremente con el exportador.

#### Requisitos

⇒ Inscripción en el Registro de Exportadores;

⇒ Carta de crédito irrevocable del exterior abierta a favor del prestatario de la prefinanciación; o contrato de venta con el importador del país de destino; u orden de compra en firme; o plan de producción de los bienes a exportar, un programa de exportación a cumplir dentro del plazo de vigencia del financiamiento y un flujo de fondos estimado para su ejecución que justifique la línea de crédito otorgada.

⇒ Declaración jurada certificada por Contador Público Nacional, en la que conste que el apoyo financiero obtenido o a obtener de otras entidades financieras para la exportación que financia el BICE no supera, en conjunto el 75% del valor FOB de la venta al exterior.

⇒ Declaración jurada del tomador del crédito en la que conste el detalle de participación en el valor FOB o en el valor de factura, según corresponda, de los componentes nacionales e importados.

### **Posfinanciación de exportaciones**

Se otorga al exportador, a través de entidades financieras locales elegibles para el BICE, mediante el descuento con o sin recurso de los instrumentos de pago de la operación.

#### Características

⇒ **Instrumentos:** a) Avalados o confirmados por bancos calificados "investment grade"; b) Que se cursen por los Convenios de Pagos y Créditos Recíprocos (con reembolso automático) suscriptos por el BCRA, c) Cubiertos por los seguros de crédito a la exportación contra los riesgos extraordinarios y comerciales, hasta el monto que cubran los mismos.

⇒ **Porcentaje máximo de la financiación:** hasta el 100% con recurso y sin recurso a) y b). Se puede financiar además del valor FOB, fletes, seguros de transporte y de crédito a la exportación e intereses. c) Hasta los montos cubiertos por los seguros. Límite mínimo: u\$s. 20.000. Límite máximo: u\$s. 500.000.

⇒ **Bienes Comprendidos:** Bienes de Capital; Bienes Durables; Otros Bienes; Plantas Industriales y Proyectos llave en mano; Servicios Técnicos.

⇒ **Plazos:** Serán los plazos fijados por la Resolución N° 13/02 del Ministerio de Economía y sus modificatorias y complementarias.

⇒ **Tasa de Interés:** Operaciones con o sin recurso del BICE respecto de la entidad interviniente y del exportador: la tasa de interés será fijada por el Banco.

⇒ **Seguro de Crédito a la Exportación:** A cargo del exportador. Las operaciones cursadas por los Convenios de Pagos y Créditos Recíprocos no requieren ningún tipo de seguro. Para las avaladas o confirmadas por una entidad calificada "investment grade", solamente se requiere riesgos extraordinarios. Las demás requieren la cobertura de riesgos extraordinarios y comerciales.

**Ambos financiamientos:** requieren un contenido del valor FOB del 60% ó más de componentes nacionales.

## **Fideicomisos**

El Banco de Inversión y Comercio Exterior S.A. ("BICE") es una entidad financiera, constituida como una sociedad anónima de capital estatal. Las oficinas principales del Banco están ubicadas en 25 de Mayo 526, Ciudad de Buenos Aires.

La creación del BICE fue autorizada por el Banco Central de la República Argentina mediante la Resolución de Directorio N° 65 de fecha 21/02/1992 y se fijó el inicio de las actividades como banco comercial público a partir del día 18/08/1992, actuando como banco de segundo grado, es decir que opera en plaza a través de entidades financieras minoristas consideradas elegibles.

El BICE constituyó un programa de VN US\$ 100 millones ampliable a VN US\$ 500 millones para la emisión de fideicomisos destinados a la financiación del comercio exterior. Esta Primera Serie del Programa Global de Fideicomisos Financieros EXPORTA ARGENTINA, cuyo valor nominal asciende a US\$ 30 millones será lanzado al mercado en este mes, constituirá la primera emisión importante desde el default de diciembre pasado.

Estará dirigido especialmente a AFJPs, Compañías de Seguros y Fondos Comunes, que podrán mantener su inversión a valor dólar con más una renta adicional, con los créditos de exportación como garantía. Cabe destacar que se trata de una emisión de títulos de deuda, en tanto que los fideicomisos constituyen un patrimonio escindido de la entidad que los desarrolla.

El propósito de la instrumentación de este fideicomiso es vincular dos situaciones que presentan diferentes problemáticas. Por un lado, las AFJPs y otros fondos no encuentran hasta el momento instrumentos financieros en los cuales volcar sus recursos y diversificar sus inversiones, mucho menos con rendimientos en dólares. Por otro, hay una acuciante necesidad de Prefinanciar o Financiar nuestras exportaciones y contribuir a la reactivación. Actualmente, existen oportunidades de realizar ventas al exterior que no se llevan a cabo por falta de fondeo. Con este Fideicomiso manejado con la seriedad y confianza que le da la estructura en la que se fundamenta, se busca asistir a estas empresas que luego de la devaluación están en condiciones de ganar mercados externos.

### ***Productos crediticios a ofrecer a las empresas***

#### ***⇒ Operaciones anteriores al embarque***

Destino: Financiar la producción de bienes exportables destinadas países elegibles.

#### Requisitos:

- a. Que exista una carta de crédito irrevocable abierta o confirmada por un banco extranjero radicado en el exterior calificado Investment Grade conforme la calificación recibida por las principales calificadoras de riesgo internacionales, ó
- b. Se haya firmado un contrato de venta con el importador del país de destino ó
- c. Se cuente que se cuente con una orden de compra en firme abierta a favor del Exportador Elegible que especifique la condición de la operación, antecedentes y referencias de la firma compradora
- d. En la documentación citada en los puntos a., b. y c. precedentes, deberá figurar el detalle del importador, país de destino, mercadería e documentos que instrumentarán la operación, y el importador y el país del importador deberán ser elegibles para COFACE.

#### Monto máximo:

U\$S 3.000.000 por empresa

U\$S 5.000.000 por grupo económico definido según las normas vigentes emitidas por el BCRA. Ambos limites se considerarán en conjunto para las operaciones anteriores y posteriores al embarque.

Monto mínimo: u\$s 20.000 por operación

Moneda: Dólares estadounidenses

Plazo máximo: hasta 180 días. No podrá superar los 360 días juntamente con financiamiento posterior al embarque.

Tasa de interés: a ser fijada por el Banco Interviniente

Monto financiable: hasta el 85% del valor FOB.

Repago: con el producido de la exportación.

Pago de intereses: con el producido de la exportación.

Requisitos crediticios: de acuerdo con los requisitos establecidos por los procesos de crédito vigentes en cada Banco Interviniente.

Regulaciones aplicables: las operaciones estarán sujetas a las normativas de la legislación argentina, incluyendo las que establece el BCRA u otros organismos de contralor o supervisión.

⇒ **Operaciones posteriores al embarque.**

Destino: financiar las exportaciones de bienes sin uso de origen argentino.

Requisitos:

- a. Las cartas de crédito y letras de cambio que se presenten para su financiamiento deberán estar abiertas o avaladas, o confirmadas, respectivamente, bancos extranjeros radicados en el exterior calificados Investment Grade conforme la calificación recibida por las principales calificadoras de riesgo internacionales y contar con seguro de crédito a la exportación por riesgo político; ó
- b. Que se cursen por los Convenios de Pagos y Créditos Recíprocos, con reembolso automático, suscriptos por el BCRA; u
- c. Orden de pago que requiere la elegibilidad previa de COFACE del importador y el país del importador (riesgos comerciales y políticos).

Monto máximo:

USD 3.000.000 por empresa.

USD 5.000.000 por grupo empresario definido según las normas vigentes emitidas por el BCRA. Ambos límites se considerarán en conjunto para las operaciones anteriores y posteriores al embarque.

Monto mínimo: u\$s 20.000 por operación.

Moneda: Dólares estadounidenses.

Plazo máximo: Hasta 180 días contados a partir de la fecha de cumplimiento de embarque. Además, el plazo no podrá superar los 360 días juntamente con el financiamiento anterior al embarque.

Tasa de interés: a ser fijada por el Banco Interviniente

Monto financiable: hasta el 85% del valor FOB.

Repago: con el producido de la cobranza de la exportación.

Pago de intereses: con el producido de la cobranza de la exportación.

Requisitos crediticios: de acuerdo con los requisitos establecidos por los procesos de crédito vigentes en cada Banco Interviniente.

Regulaciones aplicables: las operaciones estarán sujetas a las normativas de la legislación argentina, incluyendo las que establece el BCRA u otros organismos de contralor o supervisión.

#### Perfil de los solicitantes

- a) Empresas constituidas bajo las figuras legales de Sociedades Anónimas, Sociedades de Responsabilidad Limitada o Cooperativas. No serán elegibles operaciones originadas por personas físicas o sociedades de personas.
- b) Las empresas solicitantes deberán encontrarse inscriptas como exportadores de acuerdo a la legislación argentina vigente.
- c) Las empresas solicitantes deberán pertenecer a los sectores determinados en el Manual de Procedimientos Crediticios anexo al Contrato de Fideicomiso Financiero.
- d) Las empresas solicitantes no deberán haber solicitado su propio concurso preventivo, o encontrarse bajo procedimiento concursal.
- e) Las empresas solicitantes deberán acreditar haber concretado (embarcado) al menos una operación de exportación en los últimos doce meses.

## **11.2. Seguro de Crédito a la Exportación**

El Seguro de Crédito a la Exportación constituye un mecanismo destinado a promover el desarrollo de los intercambios comerciales que los Estados Nacionales utilizan para mejorar la competitividad de sus ventas en el exterior. Su finalidad y las ventajas para el sector exportador son las siguientes:

- Proteger a los exportadores de determinados riesgos que puedan impedir el cobro de los créditos otorgados a compradores de otros países.
- Poner a los exportadores en igual posición competitiva con otros vendedores de terceros países, sin correr riesgos excesivos.
- Otorgar crédito directo a sus clientes.
- Ampliar sus exportaciones.
- Explorar nuevos mercados minimizando el riesgo de no pago.
- Evitar, en la mayoría de los casos, la exigencia de costosas garantías o avales.
- Facilitar su acceso a líneas crediticias de entidades financieras.

### **Tipos de coberturas principales**

Riesgos Extraordinarios (políticos y catastróficos): en la mayoría de los países son cubiertos por los Estados Nacionales.

- Acontecimientos políticos (guerras, revoluciones y expropiaciones).
- Catástrofes (huracanes, inundaciones y terremotos).
- Medidas de los Gobiernos (prohibición de importar, intransferencia de divisas, moratoria de carácter general).
- Incumplimiento de pago cuando el comprador o su garante es el Estado o una entidad pública.

Riesgos Comerciales: Pueden ser cubiertos por aseguradoras privadas.

- Imposibilidad de cobrar todo o parte del crédito otorgado como consecuencia directa y exclusiva de la insolvencia o de la mora prolongada en el cumplimiento de las obligaciones del comprador.

## **Seguro de Crédito a la Exportación en la República Argentina**

### **Riesgos Extraordinarios**

- El Banco de Inversión y Comercio Exterior S.A. (BICE) ejerce la función de Autoridad de Aplicación de este régimen.
- Otorga por cuenta y orden del Estado Nacional las coberturas de Riesgos Extraordinarios.

## **Tipos de pólizas**

- Riesgo de crédito (compradores públicos y privados).
- Riesgo de fabricación (compradores públicos y privados).
- Riesgo de exportación de obras (compradores públicos).

### **Productos.**

Cualquier tipo de producto que pueda ser vendido en el mercado internacional.

### **Plazos.**

En general hasta 8 años y medio, dependiendo de la naturaleza del producto exportado. En el caso de operaciones a la vista, también se cubren los riesgos extraordinarios, ya que el exportador se ha desprendido de la mercadería sin haber cobrado su precio y puede sufrir los perjuicios de un impago.

### **Cobertura.**

*Compradores privados:* Hasta el 100% del crédito neto otorgado o del monto exportado.

*Compradores públicos:* Hasta el 90% del crédito neto otorgado o del monto exportado.

### **Operaciones susceptibles de cobertura.**

- a) Las exportaciones de bienes y/o servicios, admitiéndose la extensión de la cobertura a los materiales y servicios extranjeros incorporados a la exportación, como así también los gastos locales relacionados con la exportación y financiados desde Argentina.
- b) El proceso de producción de bienes destinados a la exportación.
- c) Las exportaciones de obras.

### **Países.**

Se clasifican en cuatro categorías A, B, C y D, siendo A la de más bajo riesgo y D la de más alto.

### **Primas.**

*Comprador privado:* dependen de la situación político-financiera del país del importador y del plazo del crédito.

*Comprador público:* están supeditadas a la posición económico-patrimonial del comprador, dado que también se cubre el incumplimiento del pago del importador; a la situación político-financiera de su país; si la operación cuenta con el aval de la Tesorería del país importador, o de algún Organismo que comprometa financieramente al Estado Nacional de dicho país; y al plazo de la operación.

### **Riesgos Comerciales**

La póliza de riesgos comerciales cubre la mora prolongada del deudor o su insolvencia. Las compañías privadas de la plaza local que cubren estos riesgos son:

- Compañía Argentina de Seguros de Crédito a la Exportación (CASCE) (Mandataria del BICE)
- Aseguradora de Créditos y Garantías
- COFACE Argentina

Garantía Preferida

El Banco Central de la República Argentina otorgó a las pólizas de Seguro de Crédito el carácter de Garantía Preferida, con algunos condicionamientos para las Compañías Aseguradoras de plaza.

Normativa legal:

Ley N° 20.299, Decreto N° 3145/73 y N° 1803/94, Comunicación "A" N° 3314 del BCRA.

## **12. ESTÍMULOS IMPOSITIVOS Y ADUANEROS A LAS EXPORTACIONES**

### **12.1. Reintegros a la exportación**

Consiste en la devolución total o parcial de los tributos interiores (ingresos brutos, IVA, tasas comunales) que se hubieran pagado en las distintas etapas de producción y comercialización de las mercaderías a exportar, nuevas, sin uso, y manufacturadas en el país.

Si la mercadería se elaboró sobre la base de insumos importados directamente por el exportador, el reintegro se otorgará sobre el Valor Agregado Nacional, es decir que la alícuota será aplicada sobre el valor FOB, una vez deducido el valor CIF de los insumos importados. Es compatible con el Régimen de Draw-Back.

#### Beneficiarios

Los productores cuyas exportaciones sean destinadas a todos los países.

#### Normativa legal

Decretos N° 1011/91, N° 2275/94, N° 690/02

#### Alícuotas

Las vigentes varían entre el 0% y el 6%. Son asignadas a cada producto de acuerdo a la clasificación de la NCM.

#### Trámites

La solicitud se presenta ante la Dirección General de Aduanas (DGA). El pago se efectiviza una vez presentada la documentación que acredita el embarque de la mercadería.

### **12.2. Admisión Temporal**

Este régimen consiste en la importación temporal de mercaderías destinadas a recibir un perfeccionamiento industrial, con la obligación de ser exportadas para consumo a otros países bajo la nueva forma resultante, las que se consumen total o parcialmente durante el proceso y los elementos auxiliares de la práctica comercial habitual (envases y embalajes) siempre que se exporten con las respectivas mercaderías.

Las mercaderías que se importen al amparo de este régimen no abonan los tributos que gravan la importación para consumo ni la tasa de estadística, con la única excepción de las demás tasas retributivas de servicios.

#### Beneficiarios:

Deben ser importadores y exportadores registrados y usuarios directos de la mercadería objeto de la importación temporal. Se pueden entregar las mercaderías para su procesamiento a un tercero cuando se requiera la aplicación de procedimientos distintos de los que se cumplen en su propio establecimiento, previa comunicación a la DGA. La responsabilidad de la exportación del bien resultante continúa a cargo del beneficiario. La exportación a consumo se puede realizar por cuenta y orden del beneficiario, una vez que se haya transformado. Subsiste la responsabilidad del importador por el retorno y las garantías de la operación.

### Plazos de permanencia de la mercadería importada en el país

- a) Mercadería común: 1 año. Prórroga: 1 año adicional
- b) Bienes de producción no seriada: 2 años. Prórroga: 1 año adicional.
- c) Extensión del plazo de prórroga (emergencia agropecuaria, incendio y otros): 1 año adicional.

### Normativa legal

Ley N° 23101, Dto. N° 2284/91 (art. 33), Resolución N° 72/92 ex-MEyOySP, Dto. N° 1439/96 y Resolución N° 35/02 ME. Hasta que se dicte su reglamentación, el Dto. N° 1439/96 sólo se aplica en cuanto a los plazos para exportar la mercadería y a las condiciones para autorizar la importación para consumo y la reexportación. Los restantes aspectos se rigen por la Resolución ex-MEyOyS N° 72/92.

### Trámites

Se debe presentar ante: i) la Aduana correspondiente: el Despacho de Importación Temporal (DIT) de la mercadería a importar y de la que se exportará y ii) la SICyM una Declaración Jurada de Insumos, Mermas, Sobrantes y Residuos, si tienen valor comercial. Se debe abonar un arancel al INTI que es el Organismo encargado del dictamen o informe sobre la relación insumo-producto. Se obtiene el Certificado de Tipificación y Clasificación (CTC). En el momento de la cancelación del DIT, se debe sustituir la Declaración Jurada por el CTC.

### Garantías

Se deben constituir garantías (Sección V, Título III del CA), sobre valor en Aduana de la mercadería importada antes del despacho a plaza, por el monto de los tributos que gravan la importación para consumo y la tasa estadística y una suma adicional por derechos de importación, equivalente al 30% del valor en Aduana al momento del registro de la solicitud de destinación. Éstas se cancelarán automáticamente cuando se produzca la exportación.

### Importación para consumo

Cuando no se cumpla con la exportación, se debe solicitar la autorización de importación para consumo o reexportación. Cuando se autorice la importación para consumo, se debe abonar, además de los tributos vigentes a la fecha del registro, una suma adicional del 2% mensual calculada sobre el valor en Aduana de la mercadería a esa fecha, desde el momento de la importación temporal hasta que se autorice la destinación definitiva de importación y no podrá ser inferior al 12% de dicho valor en Aduana;

### Cumplimiento y transgresiones

Una vez recibido el perfeccionamiento industrial y efectuada la reexportación para consumo a otros países.

Si al exportarse no se hubiese cumplido con el perfeccionamiento industrial, se debe abonar un derecho de exportación del 20% del valor imponible (art.735 CA).

En caso de transgresiones al régimen, se aplicarán las normas de procedimiento correspondientes.

### Mermas

Las mermas, residuos y sobrantes irrecuperable se consideran pérdidas, por lo que no están sujetas al tratamiento arancelario de importación para consumo. Cuando se determine que tienen valor comercial, deberán exportarse o importarse para consumo dentro de los 90 días de efectuada la cancelación del DIT. En el consumo, se deben pagar los tributos que gravan la importación para consumo y la tasa estadística que correspondan por su clasificación y su nuevo estado. Cuando éstos provengan de mercaderías de origen nacional, se computará únicamente la parte proporcional atribuible a las mercaderías importadas temporariamente.



### Mecanismos de defensa comercial y admisión temporaria

Cuando se presenten solicitudes para perfeccionamiento industrial de mercaderías objeto de investigaciones por presuntas prácticas desleales o salvaguardias, la DGA debe notificar al solicitante acerca de la existencia de dicha investigación. El solicitante debe informar a la SICyM, las importaciones totales de dichas mercaderías efectuadas durante el período inmediato anterior de 18 meses. La DGA requerirá la constitución de garantías en el supuesto de derechos provisorios o el pago correspondiente, con aplicación de derechos antidumping o compensatorios, de estar en vigencia una medida provisional o definitiva respecto de prácticas desleales de comercio. En el supuesto de que se adopte una medida de salvaguardia, provisional o definitiva, no se dará curso a la solicitud de Admisión Temporaria.

### Mercosur

Este régimen es aplicable transitoriamente a las operaciones intra-Mercosur hasta el 31/12/2006. Luego no se aplicará al comercio recíproco (Resoluciones 80/95 y 760/95 MEyOySP, Decisión 10/94 CMC, Resolución 7/95 GMC, Resolución 8/95 GMC, Decisiones 21/98, 31/00 y 69/00 CMC).

## **12.3. Draw-Back**

Es un incentivo que consiste en la restitución total o parcial de los derechos de importación, la tasa de estadística y el Impuesto al Valor Agregado que se han pagado por los insumos importados utilizados en el territorio aduanero para: a) un proceso de transformación, elaboración, combinación, mezcla, reparación o perfeccionamiento o beneficio; b) para acondicionar o envasar otra mercadería que se exporte. Mercaderías que se utilicen para elaborar los bienes exportables o sus envases o embalajes. No es transferible.

La diferencia con el Régimen de Admisión Temporaria es que en la Admisión Temporaria las mercaderías importadas se encuentran exentas del pago de tributos, mientras que con el *Draw-Back* deben pagarse y luego solicitar el reintegro de los mismos. Por lo tanto, ambos son incompatibles.

### Vigencia

La mercadería objeto de importación a tener en cuenta, no podrá haber sido liberada a plaza más allá del año de la fecha de oficialización del Permiso de Embarque.

### Normativa legal

Leyes N° 22.415 (arts. 820 a 824) N° 23.101. Decretos N° 185/77, N° 1012/91, N° 313/2000, Resoluciones SICyM N° 101/2002, N° 108/2002, ME N° 265/2002.

### Trámites

Solicitud de Tipificación: se debe presentar ante la SICyM, previo a la oficialización de la solicitud de destinación de exportación para consumo. Los formularios tipo tienen el carácter de Declaración Jurada; los datos deben corresponder a la unidad de la mercadería que se solicita tipificar. Se debe acompañar el Despacho de Importación, el detalle del proceso de fabricación y las mermas e indicación del destino final de la mercadería a exportar (extrazona-intrazona). La destinación de la importación para consumo de las mercaderías se debe haber realizado a través del SIM y no debe haber sido afectada en destinaciones de exportación para consumo.

El Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) realizará la evaluación técnica de la relación insumo-producto, emitiendo el dictamen correspondiente y enviando copia del mismo a la SICyM, por lo que se debe abonar un arancel. La SICyM emitirá un Certificado de Tipificación Draw-Back que habilitará al exportador para efectuar la exportación a

consumo. Dicho Certificado mantendrá la validez mientras no se produzcan cambios en la relación insumo-producto declarada y en la Nomenclatura Común del Mercosur (N.C.M.). La DGA efectuará las liquidaciones, de acuerdo a la Solicitud de Tipificación presentada por el exportador y, en los casos, que la Resolución de Tipificación reconociese un monto inferior al cobrado, las diferencias quedan sujetas al Régimen General para la devolución de estímulos a la exportación percibidos indebidamente.

Realizado cada embarque, la DGA librará a favor del exportador los importes correspondientes, sin perjuicio de la verificación pertinente.

#### Cumplimiento y transgresiones

Una vez exportada la mercadería, la DGA, a través de la aduana correspondiente, efectuará la verificación para asegurar la exactitud de la documentación de exportación presentada. El producto a exportar podrá contener todas o algunas de las mercaderías importadas aprobadas en el Certificado de Tipificación Draw-Back, siempre que no cambie la relación insumo-producto establecida.

Las infracciones serán sancionadas, de acuerdo con las disposiciones establecidas en el Código Aduanero (Sección XII).

#### Reexportación

Cuando por cualquier causa las mercaderías exportadas retornasen al país en el tiempo y la forma autorizada (Código Aduanero arts. 566, 567 y 568), quien las hubiera exportado deberá restituir el importe que se le hubiera abonado al momento de su exportación.

#### Mermas, sobrantes y residuos

Se deben declarar en la Solicitud de Tipificación. Las mermas no se incluirán a los efectos de determinar la cantidad de insumo utilizado. La mermas consisten en sobrantes, rezagos y residuos que tengan valor comercial.

#### Mercosur

Ídem Régimen de Admisión Temporal

## **12.4. Exportación de Plantas Llave en Mano**

Se otorga un reembolso específico que alcanza a los bienes y servicios integrantes de las plantas industriales en general u obras de ingeniería destinadas a prestar servicios que se exporten a terceros mercados.

Para las obras de ingeniería se requiere que el contrato responda a una Licitación Pública Internacional o sea suscripto por un comprador público del país de destino. También en estos casos el exportador debe hacerse cargo de la obra civil.

#### Beneficiarios

Empresas de capital nacional.

#### Reintegro

Alcanza al 6% sobre el valor de los bienes nacionales, nuevos sin uso, como así también sobre los servicios y tecnología de origen nacional.

#### Normativa legal

Ley N° 23101-Art.14, Decreto N° 525/85, Res. Ex-SCE N° 437/85, Decreto N° 1011/91, Decreto N° 2275/94, Decreto N° 690/02.

### Condicionamientos

La exportación debe hacerse bajo la modalidad de “Contrato de Exportación Llave en Mano”. Tanto para las plantas como para las obras, el componente nacional (bienes físicos y servicios) no puede ser menor que el 60% del valor FOB contractual. También se exige que los bienes físicos de origen nacional, representen al menos el 40% de dicho valor FOB. No se permite la acumulación de otro reintegro respecto de la operación Llave en mano.

### Trámites

Presentación ante la Secretaría de Industria, Comercio y Minería-Dirección de Promoción de Exportaciones de: Contrato por triplicado; nota de presentación detallando sus características; documentación relativa a los datos del peticionante; certificación profesional del origen de su capital, según la Ley de Inversiones Extranjeras; planilla resumen con la integración del Valor FOB y listados de bienes físicos y de servicios por origen.

Una vez cumplimentados los requisitos para la tramitación, la SClyM ordena mediante Resolución, la inscripción en el Registro de Plantas Llave en Mano establecido en dicho Organismo.

Para la percepción en efectivo del beneficio, el exportador debe entregar a la DGA, copia del contrato inscripto en dicho Registro.

## **12.5. Reembolso por utilización de Puertos Patagónicos**

Con la finalidad de ayudar al desarrollo económico del sur del país, se estableció un reembolso adicional a las exportaciones de mercaderías cuya declaración a consumo se realice por los puertos y aduanas ubicados al sur del río Colorado y la provincia de Neuquén, beneficiando a los productos de la zona o manufacturados en la misma.

El valor está fijado de acuerdo al puerto desde donde se embarca la mercadería para ser exportada, incrementando sus porcentajes cuanto más al sur se encuentre el mismo.

Este beneficio disminuirá, a razón de un punto por año, a partir del 31/12/99 hasta su extinción.

### Normativa legal

Leyes N° 23.018/83, N° 24.490/96 y 25.454/01

### Trámites

Se solicita ante la DGA, con prescindencia del tratamiento arancelario que tuviere la mercadería.

## **12.6. Exención y/o devolución del IVA**

La ley del Impuesto al Valor Agregado no incide sobre las operaciones de venta al exterior (exportaciones) y otorga a los exportadores el derecho a recuperar el impuesto facturado por los proveedores.

Los productores o comerciantes exportadores que venden solamente al exterior, se denominan exportadores puros, mientras que aquellos que venden en el mercado interno y también exportan, se denominan exportadores impuros. Estos últimos, primero compensan el débito fiscal proveniente de las ventas realizadas en el país, contra el crédito fiscal, es decir el impuesto trasladado por los proveedores, cualquiera sea el destino final de la mercadería (mercado interno o externo). Si la diferencia es positiva, se deberá ingresar al fisco, si es negativa, es un saldo a favor del contribuyente, denominado saldo técnico. De

existir retenciones, pagos a cuenta o percepciones, se resta del saldo anterior (débitos contra créditos). Si el resultado es positivo se ingresa al fisco, si es negativo, es un saldo de libre disponibilidad.

El impuesto a ser recuperado (acreditación, devolución o transferencia a terceros) por los exportadores se tramita en los términos de la R.G. 2224 (DGI) y 616 de la AFIP.

## **12.7. Exención y/o devolución de los impuestos internos**

Los impuestos Internos, típicos tributos indirectos, inciden sobre los tabacos, bebidas alcohólicas y analcohólicas, seguros, otros bienes: hornos microondas, aparatos reproductores de sonido o imágenes, televisores, etc., vehículos automotores y motores diesel. Respecto a los productos a ser exportados existen dos situaciones cuando:

- se efectúa la exportación antes de la venta de los productos en el país, es decir, por los propios productores, los mismos están exentos del impuesto, siempre que se trate de bienes de origen nacional.
- se realiza la exportación de bienes por sujetos no productores de los mismos, se establece la acreditación o devolución del impuesto interno que se hubiere pagado, siempre que se demuestre la salida de los productos del país (exportación), y se inutilicen, si los hubiere, los instrumentos fiscales de control.

## **12.8. Exportación temporaria**

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 país, quedando sometida desde el mismo momento de su exportación a la obligación de reimportarla para consumo con anterioridad al vencimiento del mencionado plazo.

La operación esta sujeta a la constitución de una garantía a favor de la DGA, en las condiciones establecidas en las disposiciones en vigencia.

La mercadería podrá permanecer en el exterior en el mismo estado en que hubiere sido exportada temporariamente o bien ser objeto de cualquier perfeccionamiento o beneficio industrial. Esta ultima situación, se denomina "perfeccionamiento pasivo".

Cuando retornare la mercadería luego de haber sido sometida a cualquier beneficio o perfeccionamiento industrial, estará sujeta al pago de los tributos que gravaren la importación para consumo, los que se aplicaran sobre el mayor valor de la mercadería al momento de su reimportación.

## **12.9. Otros regímenes**

### ***Envíos de muestras comerciales***

Existen diversos medios de hacer conocer los productos a los interesados que han recibido una oferta de ventas y solicitan conocer la mercadería para establecer la calidad de lo ofertado y evaluar la posibilidad de compra. El exportador puede enviar mercadería:

- de poco valor: el exportador realiza el envío sin cargo, pero los gastos de traslado están a cargo del solicitante del exterior.
- de un valor importante: puede realizarse como:
  - Muestra sin cargo, pero los gastos de traslado a cargo del solicitante del exterior.

- Envío en consignación. El plazo de permanencia en el exterior de la mercadería es de un año. Si el interesado del exterior decide adquirir la mercadería, se da por cumplida la consignación. Caso contrario se reingresa la mercadería al país.
- Envío en exportación temporaria. El plazo es según el tipo de producto. Si el interesado del exterior decide adquirir la mercadería, la operación se transforma en una exportación a consumo. Caso contrario se reingresa al país.

La cantidad máxima que se puede enviar, sin cargo, en concepto de muestra de exportación es de u\$s. 20.000, siempre que la muestra esté integrada por objetos representativos de una categoría determinada de mercadería ya producida, que estuvieren destinadas exclusivamente a exhibiciones o demostraciones para concretar operaciones comerciales con dicha mercadería y los objetos que fueren modelos de mercadería cuya producción se proyecta, siempre que no excediera el importe indicado.

### ***Envíos en Consignación***

Los exportadores pueden efectuar envíos en consignación de cualquier producto, con exclusión de las mercaderías prohibidas o suspendidas. El plazo de la consignación es de 360 días a partir de la fecha de oficialización del documento aduanero ante la DGA.

Transcurrido dicho plazo sin que se haya efectivizado la venta, deberá reintegrarse la mercadería al país en un plazo adicional de 60 días.

De concretarse la operación de venta, las mercaderías gozaran de los estímulos (reintegros, draw-back, etc.) que les correspondieren, vigentes a la fecha de oficialización de la documentación aduanera.

### ***Impuesto a los Ingresos Brutos***

Las exportaciones están exentas en todas las jurisdicciones del país del pago del impuesto a los Ingresos Brutos. Este tributo tiene incidencia en el producto en todas las etapas de su comercialización, como corresponde a un típico impuesto indirecto en cascada e integra el porcentaje a devolver al exportador en concepto de reintegro.

### ***Reimportación de productos previamente exportados***

La legislación vigente tiende a colaborar en lo posible con el exportador, tratando de no hacer más gravosa los perjuicios que acarrea una operación de exportación frustrada.

Son varios los supuestos que pueden llevar a esa situación, entre las que se puede mencionar a mercaderías enviadas con finalidad de ser vendidas y donde no se concreta la venta, la mercadería enviada que no es conforme al contrato de compraventa o se vendió sujeta a ensayos o análisis, operaciones donde luego de enviada la mercadería sobreviene la insolvencia del comprador, etc.

Estas operaciones están exentas de tributos siempre que se cumplan con los requisitos aduaneros (que corresponda a la misma mercadería que se exportó, que esté en el mismo estado, aunque puede haber sido usada o deteriorada, que la operación de reimportación la realice la misma persona que la exportó, que se efectúe la devolución de los beneficios a la exportación que se hubieren percibido, etc.). Los plazos para el retorno de la mercadería son los siguientes:

- Para mercaderías consumibles y mercaderías de origen extranjero: 1 año.
- Para bienes de capital con una vida útil no inferior a cinco años: 5 años.
- Para las demás mercaderías: 3 años.

## **12.10. Ventajas en destino**

### ***Sistema Generalizado de Preferencias***

Consiste en el otorgamiento por parte de 29 países desarrollados de una reducción o eliminación total de derechos de importación, de determinados productos exportados desde países en vías de desarrollo.

El objetivo es incrementar las corrientes comerciales entre países en desarrollo a partir del otorgamiento de Preferencias Arancelarias y de reducción de las restricciones no tarifarias que pudieran existir entre las naciones participantes.

Los países otorgantes de este beneficio son: Unión Europea, EE.UU., Suiza, Noruega, Canadá, Japón, Nueva Zelanda, Australia, Bulgaria, Hungría, Polonia, Bielorrusia, Federación Rusa, Eslovaquia y República Checa.

### **Bienes comprendidos**

Los productos que son beneficiados por el SGP, son los que están incluidos en las listas positivas (productos con derecho a preferencias) elaboradas por los países otorgantes de preferencias, debiendo cumplirse con ciertos criterios de origen fijados por los mismos.

### **Trámites**

Ante la Secretaría de Industria, Comercio y Minería. Presentación de:

Formularios "A" (para el importador) y "B" (anexo al "A") que consiste en una Declaración Jurada del exportador detallando los datos aportados por el mismo en el Formulario "A".

Factura comercial.

Permiso de Embarque, cumplido por el Guarda o el Despachante de Aduanas con su firma y sello, una vez embarcada la mercadería y cumplidas las copias 3 y 4, y sus respectivas fechas (inicio y terminación de carga y contenedor a bordo).

En el caso de no haber embarcado la mercadería, y con el objeto de adelantar el trámite del Formulario "A", deberá presentarse:

- copia del conocimiento de embarque intervenido por la compañía o copia de la Guía Aérea con fecha y número de vuelo, y
- copia del permiso de embarque sin intervenir, comprometiéndose a presentar el Permiso de Embarque cumplido, dentro de los 7 días hábiles de finalizada la carga.

### ***Margen de preferencia arancelaria***

Un factor muy importante para promover la venta de productos argentinos en el exterior es el margen de preferencia arancelaria que brindan los acuerdos de la ALADI y del MERCOSUR.

En la ALADI, las mercaderías negociadas en los acuerdos de Complementación Económica con Cuba, Chile, Bolivia, Comunidad Andina de Naciones, México, guardan un amplio margen de preferencia arancelaria a favor de los productos originarios de la República Argentina con relación a productos provenientes de países no miembros del Tratado de Montevideo.

Respecto al MERCOSUR, las mercaderías originarias y provenientes de los países miembros (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), se intercambian a 0% de derecho de importación. Esto constituye un margen muy amplio de preferencia con respecto a productos extra Mercosur.