



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ICA
ESCUELA DE POS GRADO**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN**

TÍTULO

**“EFECTO DE LOS COSTOS EN LA EXPORTACIÓN A TRAVÉS DEL
AEROPUERTO INTERNACIONAL DE PISCO”**

PRESENTADO POR:

BUENDIA APARCANA ROBERTO REYMUNDO

ASESOR:

DR. HERNANDO MARTIN CAMPOS MARTINEZ

CHINCHA – ICA - PERÚ, 2015

DEDICATORIA

A Dios quien siempre está conmigo. A quienes me acompañan y me alientan día a día a seguir, quienes son mi alegría y mi motivo para crecer.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial a aquellas personas que me ayudaron a inculcar valores y a formarme académicamente, a las instituciones que me abrieron las puertas y me dieron la oportunidad de aportar con mi trabajo.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

La ubicación geopolítica del Perú en América del Sur, es la puerta al mundo por el Pacífico para el ingreso de bienes, en especial para la exportación de productos y subproductos de actividades agrícolas, agropecuarias, agroforestales, agroindustriales, pesquería y minería, tanto por la vía marítima como aérea de la Macro región sur peruana así como de Brasil. La región Ica posee el ecosistema más eficiente y productivo del mundo que lo diferencia del resto de la costa peruana, por lo que la FAO lo ha denominado Entidad Sur Medio, lo que significa un gran potencial agropecuario – agro exportador. Esta región cuenta con dos infraestructuras portuarias marítimas: “José de San Martín” en la provincia de Pisco, y “San Juan de Marcona” en la provincia de Nazca; asimismo cuenta con un aeropuerto internacional localizado en el distrito de San Andrés de la provincia de Pisco.

El vertiginoso incremento de la agro exportación en la región Ica, ha registrado en los tres últimos años, un aumento en la producción de

espárragos, ají pprika, tomate, menestras, alcachofa, entre otros no tradicionales; dinamizando la economía de la región Ica, generando un crecimiento de los elementos ligados a la producción, transporte y comercialización del producto. Es aquí en donde nos vamos a detener para analizar el tema de los costos de exportación que se elevan en la medida que crece la distancia existente desde la fábrica hasta el punto de embarque al exterior.

Para efectuar la exportación, los empresarios deben transportar sus mercancías hasta la ciudad de Lima, específicamente a la provincia constitucional del Callao en donde se encuentra el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, realizando un recorrido de más de 300 Km. que dura más de cuatro horas de viaje; lo que significa elevar sus costos por el transporte de la mercancía de Ica al Callao.

El aeropuerto de Pisco, est ubicado en un área de 190 hectáreas, cuenta con una pista de aterrizaje de más de tres mil metros lineales, iluminación nocturna, tanques para combustible, planta eléctrica y neumática, equipos de navegación electrónica y un moderno sistema de aterrizaje por instrumentos, además de ser aeropuerto alternativo al aeropuerto Internacional Jorge Chávez en casos de dificultades meteorológicas en el Callao, pues tiene la categoría de "internacional" (R.D. N 0111-75-TC/iae del 23.12.75).

El Estado Peruano, ha realizado acciones desde el año 2005 con el fin de concesionar y repotenciar el Aeropuerto Internacional de Pisco, por lo que tendríamos un aeropuerto con estándares de nivel internacional a inaugurar en el año 2016.

Lo descrito es una problemática que preocupa a los exportadores de la Región expresada a través de la Cámara de Comercio de Ica,

Chincha y Pisco al haber esperado demasiado tiempo en mejorar el Aeropuerto Internacional de Pisco, aun viviendo una realidad de crecimiento de las exportaciones en las últimas décadas.

El presente trabajo permitirá visualizar la creciente ola de exportación de los productos de la región Ica y alrededores, los costos actuales de exportación de los principales productos a través del aeropuerto internacional Jorge Chávez, presentar y determinar los problemas específicos del Aeropuerto Internacional de Pisco, a efecto de plantear alternativas de solución en términos de implementación y financiamiento para convertirse en aeropuerto exportador, y el impacto que tendrá sobre las empresas que destinan sus productos hacia el exterior.

1.2. Delimitación de la investigación

Luego de haber descrito la problemática relacionada con el tema, a continuación, con fines metodológicos será delimitada en los siguientes aspectos:

1.2.1. Delimitación espacial

La investigación se efectuará a nivel de las empresas Agroexportadoras de la Región Ica.

1.2.2. Delimitación temporal

El período en el cual se realizará el estudio, comprenden los años 2014 – 2015.

1.2.3. Delimitación social

Las técnicas destinadas al recojo de información, se aplicarán a los empresarios agroexportadores de la región Ica.

1.2.4. Delimitación conceptual

a. Costo:

*“Valor cedido por una entidad para la obtención de bienes o servicios. El costo es el valor cedido a fin de obtener una mercancía en la cantidad requerida y transportada al lugar deseado”.*¹

b. Agroexportación:

*“Envío de productos extraídos de la tierra, procesados o industrializados, hacia mercados externos”.*²

1.3. Formulación de problemas

1.3.1. Problema principal

¿De Qué Manera Los Costos De Exportación Influyen En La Agroexportación De Las Empresas De La Región Ica a través del Aeropuerto Internacional de Pisco?

1.3.2. Problemas secundarios

- a. ¿De qué manera los Costos de Fabricación inciden en la Industrialización especial de los productos de la Tierra para la exportación?
- b. ¿De qué forma los Costos de Fabricación influyen en la determinación del Mercado Potencial?

¹ GRUPO EDITORIAL OCÉANO, Diccionario de Administración y Finanzas, Barcelona, España.

² Universidad Agraria La Molina, www.lamolina.edu.pe

- c. ¿En qué medida los Fletes, almacenes, seguros, aranceles y gastos documentarios afectan el Perfeccionamiento del Contrato Comercial?
- d. ¿En qué forma, los Gastos Documentarios afectan la obtención de Autorizaciones Especiales y Trámites de Control de Calidad?
- e. ¿De qué forma los Aranceles y gastos documentarios inciden en los Trámites ante Aduanas?
- f. ¿En qué medida los Fletes afectan el Envío de los Productos Terminados al punto de embarque?

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

Estimar si los costos de Exportación influyen en la agroexportación de las empresas de la Región Ica, buscando establecer la medida de los mismos y las diversas alternativas que puedan tener los empresarios aprovechando las oportunidades de infraestructura que puedan existir en la provincia.

1.4.2. Objetivos Específicos

- a. Determinar de qué manera los Costos de Fabricación inciden en la Industrialización especial de los productos de la Tierra para la exportación, señalando los aspectos especiales que se observan para que el producto se pueda exportar.

- b. Precisar de qué forma los Costos de Fabricación influyen en la determinación del Mercado Potencial, indicando las diversas alternativas de mercados existentes para productos de distintas características.
- c. Identificar en qué medida los Fletes, almacenes, seguros, aranceles y gastos documentarios afectan el Perfeccionamiento del Contrato Comercial, observando los diversos tipos de negociaciones que efectúan los empresarios para colocar sus productos en el extranjero.
- d. Analizar en qué forma, los Gastos Documentarios afectan las Autorizaciones Especiales y Trámites de Control de Calidad, exigidos por entidades estatales, necesarios para exportar y que a veces se obvian por ser muy costosos y burocráticos.
- e. Determinar de qué forma los Aranceles y gastos documentarios inciden en los Trámites ante Aduanas, determinando el impacto que tienen en los costos totales.
- f. Precisar en qué medida los Fletes afectan el Envío de los Productos al punto de embarque, comparando los fletes actuales con los fletes que se podían obtener acortando distancias.

1.5. Justificación e Importancia

1.5.1. Justificación

Una de las principales razones que ha incidido en la selección de este tema es la falta de infraestructura adecuada para el apoyo al sector que está teniendo un considerable

incremento en estos últimos años, me refiero a la agroexportación, específicamente en el departamento de Ica que ha convertido al Perú en el primer exportador de espárragos frescos a nivel mundial.

Esto nos lleva a realizar un análisis de la medida en que incurre este problema en los costos de las empresas Agroexportadoras, ya que, Ica, contando con su propio aeropuerto, debe de enviar sus productos al exterior a través del aeropuerto de otras ciudades, generando un sobre costo para las empresas Agroexportadoras.

1.5.2. Importancia

La presente investigación servirá como un modesto aporte a la investigación en el campo de la agroexportación y al análisis de la problemática de la región Ica, para plantear alternativas nuevas y aprovechar al máximo las oportunidades y fortalezas que se presentan en la actualidad para nuestro país el cual se ha convertido en un potencial agroexportador a nivel mundial.

Asimismo, servirá para saber en que medida tienen sobre costos los agroexportadores, en que razón se pueden disminuir estos sobre costos aprovechando las oportunidades con las que cuenta nuestra región, y analizar cuáles son las razones por las que no se implementan las acciones adecuadas y en manos de quién o quienes están el poder aprovecharlas.

1.6. Limitaciones

La principal limitación encontrada es la poca apertura que tienen las empresas para brindar información relevante que nos pueda servir en la investigación, alegando que no cuentan con el tiempo o el personal necesario para ayudarnos, o sencillamente le prestan poca importancia y apoyo al trabajo de estudio que podamos estar realizando. Otra limitación es la poca bibliografía nacional especializada en cuanto al tema.

CAPITULO II

ASPECTOS TEÓRICOS CONCEPTUALES

2.1. Antecedentes relacionados con la investigación

Al consultar las diferentes facultades de Ciencias Contables, económicas y financieras; así como también de administración y escuelas de post grado de las universidades, se ha establecido que en relación al tema que se está investigando no existen estudios que hayan tratado sobre dicha problemática; por lo cual considero que el trabajo en regencia reúne las condiciones metodológicas y temáticas suficientes para ser considerado como una investigación “inédita”.

2.2. Marco Histórico

Cuna de la milenaria civilización Inca y enclavado en la región central y meridional de América del Sur, el Perú posee ochenta por ciento de las zonas de vida naturales existentes en el mundo. A estas

características, que le permiten desarrollar gran variedad de cultivos y crianzas, se suma la presencia de la corriente fría de Humbolt y de la cordillera de Los Andes, que lo cruza de Norte a Sur, creando en su franja costera un ambiente de "invernadero natural" que hace posible la cosecha permanente, durante todo el año, de una gran variedad de cultivos muchas de ellos demandados en el mercado externo como el espárrago y la caña de azúcar, entre otros.

Esta condición geográfica y ecológica sui géneris ha permitido al Perú otorgar un aporte significativo para la alimentación de la humanidad. Así como se sabe, El Perú es el centro de origen de la papa y otras raíces y tubérculos andinos, según los expertos y el conocimiento popular se reconocen alrededor de 3,500 variedades las cuales mantienen la diversidad genética que contribuye al mejoramiento de la producción y productividad de estos tubérculos.

Nuestros antepasados, si que supieron aprovechar estas condiciones, basando sus actividades en la agricultura y aprendiendo a cultivar la tierra de manera espléndida, construyendo acueductos y canales de regadío, sembrando en tierras pobres o lugares en donde se es complicado, mostrándonos en los andenes la gran capacidad que tiene el hombre para mejorar sus técnicas.

Durante el siglo XX, la economía peruana estaba organizada por la exportación primaria de productos agropecuarios y mineros. En la costa central y norte, la caña y el algodón eran los cultivos de exportación por excelencia. Ello daba pie a una economía agraria cuyos excedentes fluían de modo natural para sostener el crecimiento de Lima, en primer término, pero asimismo de Trujillo, Chiclayo y Piura.

Y así ha sido durante muchos años, el Perú se ha dedicado a la agricultura de un modo tradicional, realizando labores de manutención para la propia nación, logrando exportar el algodón, café y azúcar en medidas regulares, pero siendo la minería el generador de mayores divisas para el país, aunque en determinado momento la pesca jugó un papel importante, convirtiendo al Perú en el primer exportador de harina de pescado, pero no se tomaron las medidas necesarias para hacerlo sostenible.

Las exportaciones agropecuarias han aumentado en los últimos once años en 120% a una tasa promedio anual de 7.4%. Ello es explicado gracias al meteórico ascenso de las exportaciones no tradicionales a una tasa de crecimiento anual de 12.5% con lo cual lograron incrementar las ventas al exterior en los últimos once años en 267%, habiéndose invertido la proporción de exportaciones tradicionales versus no tradicionales a 32% y 68%, respectivamente. Un buen ejemplo de ello es lo que ocurre con el espárrago. En sólo veinte años ha llegado a ocupar una de las primeras posiciones como producto de agroexportación y el más importante en el rubro no tradicional.³

La industria de alimentos ha visto en la agroexportación un punto de partida para el desarrollo tecnológico del sector y la elaboración de productos con valor agregado. Siguiendo la tendencia del mercado mundial y su demanda, empresarios del país han encontrado nuevas formas para aprovechar la riqueza de la gastronomía y el suelo peruano.

La evolución histórica de la agroexportación peruana en los últimos años y el dinamismo que ha adquirido el sector con la aparición de nuevos productos solicitados en el extranjero como la alcachofa, el

³ PERÚ. MINISTERIO DE AGRICULTURA. EL PERÚ, APORTES Y OPORTUNIDADES PARA LA AGROEXPORTACIÓN. Lima, Perú, pág 5.

espárrago y el ají pprika, demuestran el apogeo de una actividad que aún tiene mucho potencial por explotar.

En ese aspecto, la evolución y diversificación de la industria de alimentos depende de la capacidad del sector de desarrollar nuevos mecanismos de producción y tecnificación para darle valor agregado a sus productos⁴.

El sector agropecuario desempeña un importante papel dentro de la actividad económica del país. Su participación sobre el PBI es del orden del 7 % y su evolución ha sido a lo largo de la última década superior a la del promedio nacional aun cuando ha debido enfrentar los embates de la naturaleza como son las inundaciones y el Fenómeno del Niño que asest dos duros golpes al sector en 1993 y en 1998.

El principal motivo por el cual se explica este destacable desempeño radica en la diversificación de la oferta exportable agrícola que a su vez se debe a un mayor flujo de inversiones privadas en el sector.

El número de empresas agrícolas exportadoras ha aumentado progresivamente en los últimos años, destacando los avances de productos como los espárragos y los pimientos y de otros productos que a través de alianzas empresariales, como en el caso de las uvas, paltas, naranjas, mandarinas y tangelos, han encontrado nuevas formas de incursionar en los mercados externos.

⁴ SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIA. Revista Industria Peruana. Edición 798. Lima, Perú.

2.3. Marco Legal

c. Constitución Política del Perú

Contiene normas que consagran principios esenciales para garantizar un marco jurídico favorable para el desarrollo de la inversión privada en general y de la inversión extranjera en particular, tales como:

- La libre iniciativa privada en un marco de economía social de mercado y pluralismo económico.
- La libertad de trabajo, empresa, comercio e industria.
- La definición del rol subsidiario del Estado en la actividad económica.
- La libre competencia y la prohibición del establecimiento de monopolios y el combate al abuso de la posición de dominio.
- La libertad de contratar.
- La facultad del Estado de establecer garantías y otorgar seguridades mediante contratos ley.
- La igualdad en el trato para la inversión nacional y extranjera.
- La posibilidad de someter las controversias en las que participa el Estado a tribunales arbitrales nacionales o internacionales.
- La garantía de libre tenencia y disposición de moneda extranjera.
- La inviolabilidad de la propiedad y el establecimiento de causales excepcionales que facultan una expropiación previo pago justipreciado; la aplicación del principio de igualdad en materia tributaria; y el reconocimiento que ningún tributo puede tener efectos confiscatorios.

Artículo 59°: Libertad para el trabajo y la libre empresa.

El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública. El Estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades.

Artículo 63°: Amparo del estado peruano a los empresarios exportadores ante los demás países.

La inversión nacional y la extranjera se sujetan a las mismas condiciones. La producción de bienes y servicios y el comercio exterior son libres. Si otro país o países adoptan medidas proteccionistas o discriminatorias que perjudiquen el interés nacional, el Estado puede, en defensa de éste, adoptar medidas análogas.

En todo contrato del Estado y de las personas de derecho público con extranjeros domiciliados consta el sometimiento de éstos a las leyes y órganos jurisdiccionales de la República y su renuncia a toda reclamación diplomática. Pueden ser exceptuados de la jurisdicción nacional los contratos de carácter financiero.

El Estado y las demás personas de derecho público pueden someter las controversias derivadas de relación contractual a tribunales constituidos en virtud de tratados en vigor. Pueden también someterlas a arbitraje nacional o internacional, en la forma en que lo disponga la ley.

Artículo 74°: Regulación de los tributos y el establecimiento de aranceles y tasas.

Los tributos se crean, modifican o derogan, o se establece una exoneración, exclusivamente por ley o decreto legislativo en caso de delegación de facultades, salvo los aranceles y tasas, los cuales se regulan mediante decreto supremo.

Los Gobiernos Regionales y los Gobiernos Locales pueden crear, modificar y suprimir contribuciones y tasas, o exonerar de éstas, dentro de su jurisdicción, y con los límites que señala la ley. El Estado, al ejercer la potestad tributaria, debe respetar los principios de reserva de la ley, y los de igualdad y respeto de los derechos fundamentales de la persona. Ningún tributo puede tener carácter confiscatorio.

Las leyes de presupuesto y los decretos de urgencia no pueden contener normas sobre materia tributaria. Las leyes relativas a tributos de periodicidad anual rigen a partir del primero de enero del año siguiente a su promulgación.

No surten efecto las normas tributarias dictadas en violación de lo que establece el presente artículo

Artículo 88°: Garantía que otorga el estado a los productores agrarios.

El Estado apoya preferentemente el desarrollo agrario. Garantiza el derecho de propiedad sobre la tierra, en forma privada o comunal o en cualquiera otra forma asociativa. La ley puede fijar los límites y la extensión de la tierra según las peculiaridades de cada zona.

Las tierras abandonadas, según previsión legal, pasan al dominio del Estado para su adjudicación en venta.

b. Ley 27360: Ley que aprueba las normas de promoción del sector agrario.

Declara de interés prioritario la inversión y desarrollo del sector agrario. Ley que permite una reducción del Impuesto a la Renta del 30% al 15%, una tasa de contribución a EsSalud en el orden del 4% (el resto de sectores aporta el 9%). Entre los beneficiarios figuran personas naturales o jurídicas que desarrollan cultivos y/o crianzas, a excepción de la industria forestal.

Se encuentran comprendidas las personas naturales o jurídicas de la actividad agroindustrial, con la condición de que utilicen productos agropecuarios nacionales, y la actividad avícola que no compre maíz amarillo duro importado. Incorpora a la agroindustria y avicultura como rubros beneficiados, aunque esto último pueda favorecer también a aquellos que trabajan con el maíz importado.

c. Ley N° 27614: Ley que prorroga el plazo de exoneración a algunas partidas arancelarias del TUO de la Ley del IGV e Impuesto Selectivo al consumo.

Ley que prorroga el plazo de la exoneración establecida en el artículo 7° modifica partidas arancelarias del apéndice i y el numeral 4) del apéndice ii del texto único ordenado de la ley del impuesto general a las ventas e impuesto selectivo al consumo, aprobado por decreto supremo n° 055-99-ef.

d. Ley 27445: Ley que exonera del pago de IGV, IPM e IR a los productores agrarios cuyas ventas anuales no superan las 50 UIT.

Esta ley exonera del IGV y del impuesto a la renta a los productores cuyas ventas anuales no superen las 50 UITs, lo que equivale, en el caso del algodón a un hectareaaje de aproximadamente 24 há.

Quienes superen este límite, estarían afectos al pago del impuesto a la renta, dependiendo del régimen al que estén adscritos (régimen de la Ley de promoción o régimen especial de renta). En consecuencia, prácticamente, la gran mayoría de agricultores algodoneiros estaría exonerados del impuesto a la renta y del IGV por sus ventas.

e. D.L. N° 809 y modificatorias: Ley General de Aduanas, su reglamento D.S. N° 121-96-EF

Establece las formalidades y trámites aduaneros como componente básico de la cadena de distribución física internacional de mercancías. Establece el procedimiento operativo de los regímenes aduaneros para optimizar las actividades de empresas vinculadas a estas actividades.

Los servicios aduaneros son esenciales y están destinados a facilitar el comercio exterior, contribuyendo al desarrollo nacional y velando por el interés fiscal.

El Estado promueve la participación de los agentes económicos en la prestación de los servicios aduaneros, mediante la delegación de funciones al sector privado. Los principios de

buena fe y de presunción de veracidad son base para todo trámite y procedimiento administrativo aduanero de comercio exterior.

La Ley rige para todas las actividades aduaneras del Perú y será aplicable a toda persona, mercancía y medio de transporte que crucen las fronteras aduaneras.

f. D. L. N° 668: Ley Marco de Comercio Exterior. Garantía de Libertad de Comercio Interior y Exterior.

En el PERÚ el Decreto Legislativo 668 Ley Marco de Comercio Exterior, publicado el 14.10.91, ha establecido que cualquier persona natural o jurídica puede EXPORTAR o importar mercancías, sin restricciones de ningún tipo Condición: cumplir con las formalidades tributarias.

Se encarga al Estado facilitar y vigilar la libre competencia, combatir toda práctica que la limite-incluyendo el abuso de posiciones dominantes- y prohíbe la creación de monopolios o su autorización legal. Es por ello, que la presente norma garantiza la libertad de comercio exterior como condición fundamental para lograr el desarrollo del país.

g. INCOTERMS – 2010 (Publicación de la CCI)

Actualmente están en vigor los Incoterms 2010 (desde el 1 de enero de 2011), sin que ello signifique que los anteriores hayan dejado de poder usarse. De ahí, la necesidad de señalar el Incoterm y el año de la versión. Se encargan de establecer la terminología estándar a nivel mundial de comercialización y traslado de mercancías.

2.4. Marco Teórico

2.4.1. Costos

Al desarrollar los aportes de diferentes autores relacionados sobre Costos, se encuentra que existen diferentes puntos de vista, tal es así que:

Revisando la información que define al Costo, GIMENEZ, Carlos M. y otros, lo hacen dando en primer lugar el concepto económico:

JOHN F. DUE, economista contemporáneo, afirma que en materia económica “la definición satisfactoria del costo es más amplia que el concepto usado en contabilidad con el fin de determinar beneficios”, pero que generalmente es similar a la acepción utilizada por las empresas para ciertas determinaciones distintas de las puramente contables. Entiende por tal “las compensaciones que deben recibir los propietarios de los factores y del capital usados por una firma, si se desea que continúen proveyendo de factores a la empresa”.⁵

Por compensaciones concibe un concepto de mayor amplitud que el significado por el desembolso, queriendo incluir, además del pago a los proveedores y trabajadores, a la remuneración de los factores de la producción propios del empresario.

Puntualiza, asimismo, el concepto de costo alternativo o de oportunidad, manifestando que es el que determina la relación

⁵ GIMENEZ, Carlos M. y otros, COSTOS PARA EMPRESARIOS, p. 7, destaca la información sobre el tema de DUE, John F. sobre el concepto de costo visto desde una óptica más amplia que la contable.

entre la firma y los suministradores de insumos, por cuanto las otras oportunidades de precio o remuneración y demás condiciones de demanda que éstos tengan en el mercado será la que determinará la posibilidad de continuar vendiendo o prestando servicios a la firma en cuestión, ya que ésta deberá ofrecer el precio y las condiciones similares para continuar recibiendo los factores.

Los usos alternativos del capital de una empresa, o del que puede ser aportado a la misma por los socios, dan la medida del costo para ella. Si ese mismo capital puede ganar el 40% en su empleo más retributivo, ese será, entonces, el costo para la empresa si se opta por emplearlo en ella.

El costo, entendido de esta manera, significa desplazamiento de alternativas; el costo del producto que se opta por fabricar estará dado por el de aquel otro producto desplazado, es decir, por el costo de la alternativa u oportunidad abandonada.

Resulta evidente, entonces, que cuando se emplean costos de oportunidad la técnica consiste en realizar comparaciones entre los elementos relevantes de los costos de las diversas alternativas sometidas a consideración del sujeto económico, hallándose determinado en función del costo de la alternativa descartada.

Desde el punto de vista contable el concepto de costo tiene una aceptación más restringida, refiriéndose exclusivamente a la suma de valores, cuantificables en dinero, que representan consumos de factores de la producción realmente incurridos o

efectivamente desembolsados para llevar adelante el acto de gestión de cuyo costo se trate.

Los economistas amplían este concepto agregándole el costo de los recursos propios, que determinan considerando lo que podría ganarse con los mismos si se los empleara sobre una base contractual con terceros. A estas ganancias alternativas de los factores propios utilizados en la producción la denominan costos implícitos o imputados. De esta manera, se puede señalar la existencia de dos grandes componentes del costo total: los costos explícitos y los implícitos.

Los explícitos, desembolsados, realmente incurridos o contratados a terceros, en primera aproximación, son considerados como costos por la contabilidad al ser consumidos por el proceso, con el objeto de ser utilizados en la valuación de inventarios y la determinación de los resultados de la explotación. Comprenden el consumo de materiales, mano de obra empleada en la fabricación y ciertos gastos generales o costos comunes de fabricación.

Para los economistas los costos implícitos o imputados – figurativos o de cómputo como suelen ser llamados contablemente- no surgen de una relación contractual, sino que, por el contrario, se refieren a insumos que son propiedad de la misma firma o de sus propietarios.

Esta distinción suele revestir importancia en ciertas decisiones a que se enfrenta la dirección de la empresa y puede influir en la política a adoptar. A veces, por ejemplo, es necesario recurrir a fondos adicionales para financiar la adquisición de

nuevo equipo industrial. Puede optarse por la emisión de acciones representativas de capital o suscribir obligaciones. Si se decide por la segunda alternativa, el interés a abonar constituirá un costo explícito que se deducirá de los ingresos para obtener el resultado neto total. Si se emite nuevo capital, los fondos se convertirán en propios y no existirá costo explícito a deducir para llegar al resultado contable. En el planteo económico existe un costo implícito dado por la circunstancia de que este capital podría, en cambio, ganar alguna suma contractual en otra inversión alternativa.

Pero como oportunamente se verá, esta distinción no pretende significar que ambos conceptos sean excluyentes; por el contrario, atento la relatividad del costo y la afirmación que adquieren relevancia según sea el fin específico para el cual se determinan ambas figuras -económica y contable- se complementan en ciertas determinaciones de costos que hacen a la vida de los negocios.

Resulta de interés repetir la conocida afirmación de W. B. LAWRENCE, que dice que si bien las actividades comerciales se rigen por las leyes económicas, ello no quiere significar que se deban registrar de acuerdo con las opiniones de los economistas.

6

Los conceptos contables y económicos del costo pueden armonizar si se piensa que la contabilidad, al registrar, clasificar y analizar sus distintos componentes opera con un modelo que tiene por finalidad valuar inventarios, obtener resultados más exactos y controlar y planear operaciones, y que, asimismo, se

⁶ *Ibíd.*, p. 8, se apoya en la información proporcionada por LAWRENCE, W. B. quien opina sobre la manera de registrar los costos.

halla en situación de suministrar toda la información cuantitativa para las distintas configuraciones de costos que interesan a la empresa en su multifacético actividad. Estas configuraciones, precisamente, elaboran figuras de costos que más se acercan a la concepción económica señalada.⁷

Después de apreciar el concepto económico de Costo, el mismo autor, GIMENEZ, Carlos M., explica el Costo desde el punto de vista Contable:

El costo, en sentido lato, está representado por la suma de los esfuerzos, expresados cuantitativamente, que es necesario realizar para lograr una cosa.

Con el fin de otorgar a este concepto abstracto una expresión concreta se lo define acompañándolo de la idea que específicamente lo configura. La definición apropiada se halla en estrecha dependencia del fin para el cual se desea emplear el costo. Cuando se dice costo de producción o costo de las materias primas, se desea expresar las erogaciones que se han debido realizar para obtener un tipo determinado de costo.

ALFREDO LISDERO lo considera como un fenómeno complejo⁸ y PIETRO ONIDA aclara la idea expresando que “los costos de cada operación no son rigurosamente autónomos”.⁹

Al considerarlo, en una primera acepción, como la suma de los elementos efectiva y realmente incurridos, consumidos por el proceso, con el objeto de ser utilizados en la valuación de los

⁷ *Ibíd.*, pp. 6-8

⁸ *Ibíd.*, p. 12, recoge la opinión de LISDERO, Alfredo sobre el tema

⁹ *Ibíd.*, p. 12, de igual forma toma la información al respecto de ONIDA, Pietro

inventarios y en la determinación de los resultados, estábamos refiriéndonos al concepto del costo histórico industrial visto desde el enfoque de la contabilidad.

En cambio, si al costo industrial se lo determinará con criterio económico, en el cual entran en juego otros factores no considerados como tales por la contabilidad, su conceptualización sería distinta.

Esto nos lleva a reafirmar el criterio, ya sustentado, de que los costos tienen por característica común su relatividad, razón por la que cada acepción del mismo se halla vinculada de manera unívoca al fin tenido en cuenta al determinarlo. Es decir, que habrá tantas figuras del costo cuantos sean los objetivos que se persigan con su determinación, lo que quiere significar que no existe una acepción única del costo; por el contrario, existen varias, pero cada una de ellas se refiere específicamente a un concepto del costo distinto de las demás.

Se insiste, pues, en que a cada figura del costo, representativa de una finalidad específica, habrá de corresponderle una expresión cuantitativa que lo califique en atención a ese mismo y preciso objetivo, sin que ello signifique desconocer la importancia y la necesidad de todas las otras configuraciones del costo.

El profesor RENATO TERZOLI, refiriéndose al costo de producción, indica que se lo puede considerar como un fenómeno que reviste características económicas, técnicas y financieras, y sostiene que “económicamente considerado, el costo de producción que se origina en el consumo de los factores, bienes

económicos, por efecto del proceso de fabricación, no es más que el consumo de utilidades económicas de dichos factores y el insumo de dichas utilidades en el producto terminado. Técnicamente considerado, el costo de producción representa el consumo de factores productivos utilizados en el proceso de fabricación y la incorporación de estos mismos en los productos en proceso y terminados. Financieramente considerado, el costo de producción es la expresión monetaria del consumo de factores invertidos en el proceso de fabricación”.¹⁰

De lo precedente se deduce que para configurar el costo de producción de un bien deben darse dos características determinantes:

- a. que en el proceso de producción se opere el consumo razonable y racional de factores de la producción, y
- b. que necesariamente y como consecuencia del proceso se produzca la incorporación directa o indirecta del mismo en el producto elaborado.

Por consumo razonable y racional de factores se quiere significar que todo aquel otro que no responda a las condiciones técnicas normales de operación no debe ser incorporado en el costo del producto sino que se considerará un quebranto del período en que se produce.

En efecto, como más adelante se verá, de la misma manera que los desperdicios que sobrepasan el estándar normal previsto no son insumos apropiables al costo de producción, los costos de capacidad ociosa de la planta tampoco constituyen

¹⁰ *Ibid.*, p. 13, destaca la definición sobre el tema de TERZOLI, Renato

costos activables, debiendo ambos ser cargados a pérdidas del ejercicio.

En ese orden de ideas BOTTARO define el costo de producción como “la expresión cuantitativa del consumo de factores productivos, ya adquiridos, que han sido insumidos en el producto elaborado”¹¹. En consecuencia, son costos activables los consumos que se operan en el proceso productivo que respondan razonablemente a exigencias técnicas del mismo proceso. Deben ser consideradas quebrantos del período en que se presentan aquellos costos que no respondan a dicha característica.

LAWRENCE llama costo de un artículo “la suma de todos los desembolsos o gastos efectuados en la adquisición de los elementos que concurren en su producción y venta”¹². Esta definición se refiere a los dos grupos fundamentales en que pueden dividirse los costos, los relacionados con la producción y los referidos a distribución o venta. La diferencia entre estos dos grupos generales de costos radica en la distinta función en que se originan y su condigno tratamiento contable; los primeros, o costos de producción, se incorporan al producto formando su valor de inventario, en tanto que los segundos no se activan, sino que, como costos de comercialización, figuran en la cuenta de resultados.¹³

Hasta aquí tenemos una idea clara de los costos visto desde dos puntos: el económico y el contable. El autor CHAVES, Osvaldo A. nos explica de manera amplia y sencilla en que consisten:

¹¹ *Ibíd.*, p. 13, resalta la información sobre el tema de BOTTARO, Oscar E.

¹² *Ibíd.*, p. 13, destaca la información sobre el tema de LAWRENCE, W. B.

¹³ *Ibíd.*, pp. 12-14

Cuando un ente desarrolla una actividad, la misma está motivada por los ingresos que se puedan obtener por su consecución. Independientemente de cuál se la actividad ejercida, la empresa realiza esfuerzos de modo permanente, con el fin de obtener los elementos que necesita para llevarlos a cabo, ya sea por intermedio de la compra o de la propia producción de los mismos.

Una empresa comercial tendrá como actividad la compraventa de determinados bienes; el hecho de adquirir un bien para revender y, como consecuencia de ello, tener que pagarlo o quedar obligado a hacerlo implica, necesariamente, la realización de un esfuerzo, debido a que, de no existir ese pago o esa obligación emergente, la empresa no tendría los bienes que le permitan ejercer su actividad. De esa misma forma, si la empresa tuviera que pagar el traslado del bien hasta sus depósitos, también existe un sacrificio relacionado con la adquisición del bien; dicho sacrificio, no obstante no corresponder al precio que tiene ese bien, es igualmente indispensable para que este último se encuentre en condiciones de ser utilizado económicamente por el ente.

En una empresa industrial, la situación puede variar desde el punto de vista práctico, pero no desde el conceptual. También los bienes que son producidos por el propio ente tienen sacrificios relacionados, aunque de otro tipo. En la fabricación de una silla, es necesaria la utilización de la madera para el asiento, el respaldo y las patas; pero, evidentemente, por mejor que sea esa madera, la silla no se construirá sola, sino que se requerirán otros elementos igualmente imprescindibles, como el operario que

maneja la máquina que ensambla las sillas, la energía eléctrica que hace funcionar la máquina, el desgaste de la misma, etc. Todos ellos representan un sacrificio, debido a que deben abonarse jornales al trabajador y la factura de la luz, y en razón de que, por otra parte la máquina se desgasta y pierde valor por su uso.

Lo mismo ocurre en una empresa de servicios, como, por ejemplo, un estudio contable, en el cual el sueldo de los empleados representa uno de los sacrificios que debe hacer el ente con el fin de atender a sus clientes.

Hasta aquí nos hemos referido a los sacrificios que se hacen con el objeto de que el ente opere y, a través de ello, genere ingresos. Pero, por el tipo de conceptos explicados, enfocamos nuestra atención en aquellos sacrificios que están identificados puntualmente con los ingresos que originan; de hecho, la silla producida por el ente, en nuestro ejemplo, generará un ingreso por medio de venta, y esa venta es perfectamente identificable. No obstante, debemos tener en cuenta que no siempre un esfuerzo puede ser identificado de modo puntual con un ingreso, aunque, de todas formas, podrá identificarse con los ingresos globales del ente.

Las entidades, siguiendo un principio de empresa en marcha, que indica que todo ente tiene vigencia actual y proyección futura, realizan actividades permanentes, sin efectuar cortes en sus operaciones (los cortes sólo se producen en la información contable). Por lo tanto, puede suceder que los ingresos que genera la empresa, gracias a los sacrificios que realizó, ya se hayan producido o se produzcan en el futuro, con

respecto al momento de la emisión de la información contable; esa situación tiene importancia para considerar la incidencia que tendrán los bienes en la misma.

Si los ingresos aún no se han producido, es porque el sacrificio que ha hecho tiene relación con ingresos futuros, y, por lo tanto, el importe de ese sacrificio debe ubicarse en el activo del estado de situación patrimonial.

Si los ingresos ya se han producido, ocurre porque el elemento que permitiría en algún momento generarlos se ha consumido en ese proceso de elaboración, por lo que ya no tiene utilidad económica futura y, por lo tanto, ha dejado de ser un activo. Como consecuencia de ello, deberá ubicársele entre los costos y gastos en el estado de resultados, dado que constituye un sacrificio que originó un ingreso.

Siguiendo con el ejemplo de las sillas, si el conjunto de los sacrificios necesarios para obtener las mismas asciende a \$ 1.000, y aún la empresa no las ha vendido, ese esfuerzo está relacionado con ingresos futuros y, por lo tanto, es un activo. Si, por el contrario, esas sillas ya se han vendido (y, por consiguiente, han generado el ingreso) en \$ 1.500, el sacrificio está vinculado con un ingreso del ejercicio actual, por lo que se lo debe incluir en el estado de resultados para demostrar que en esa operación se ha obtenido una ganancia de \$ 500 (\$ 1.500 del ingreso menos \$ 1.000 del sacrificio incurrido para obtenerlo).

Esta enunciación nos acerca a la respuesta de la pregunta que marca el título del presente punto: se llama “costos” todos los sacrificios necesarios para la obtención de algo (un bien, un

servicio, etc.), y el valor dado a esos costos está proporcionado por el valor de cada uno de los esfuerzos efectuados. Esos costos serán parte del activo en la medida en que estén en condiciones de generar ingresos futuros; si ya no lo están, formarán parte del estado de resultados.¹⁴

Por último, encontramos una definición tradicional y objetiva de lo que son los costos, dicha definición la proporciona BELLIDO SÁNCHEZ, Pedro Alberto:

“Costo. Es la medición, en términos monetarios, de la cantidad de recursos utilizados para un propósito u objeto de costos. Son recursos utilizados dentro del proceso de fabricación. El Material Directo, es un costo”.¹⁵

Después de tener claro el concepto de costos y, con el fin de ampliar la información sobre el tema, creo conveniente indicar las clasificaciones que se tiene sobre el costo. Se debe tener muy clara su clasificación para poder determinar el sistema de costos a emplear, pues en función de ella se tomarán decisiones.

En primer lugar, se indica la información que nos proporciona CHAVEZ, Osvaldo A. y otros¹⁶, quien clasifica a los costos de la siguiente forma:

En función de su identificación, los costos se clasifican en “costos directos”, los cuales se identifican en forma directa con el producto; los segundos se llaman “costos indirectos”, ya que debe buscarse algún criterio que permita atribuirlos a cada artículo.

¹⁴ CHAVES, Osvaldo A., TEORÍA CONTABLE, pp. 90-92.

¹⁵ BELLIDO SÁNCHEZ, Pedro Alberto, COSTOS ABC, p. 11

¹⁶ CHAVES, Osvaldo A., Ob. cit., p. 92.

Esto se logra a través de proporciones, de porcentajes o de una “cuota de distribución de costos indirectos”, según la denominación que se maneja comúnmente.

Continúa aclarando el término “cuota de distribución de costos indirectos”:

Esta cuota de distribución puede determinarse en función de cualquier parámetro que el en te crea lógico o conveniente, debido a que esta asignación será la base de determinadas decisiones que se tomen. En general, lo que hacen las empresas es distribuir los costos indirectos entre los distintos departamentos productivos, y luego verifican que artículos han pasado por ese departamento y cuánto se ha consumido en el mismo (en tiempo, en desgaste de máquinas, etc.). Obtenidas estas proporciones, las empresas arriban al porcentaje final para cada producto, que es la cuota de distribución final.

Aclaremos por otra parte, que el importe total de los cotos directos o indirectos es único, y solamente debería diferir el importe asignable a cada artículo, debido a que las cuotas de distribución son distintas.¹⁷

La otra clasificación que nos presenta el mismo autor, son los costos en función de su variabilidad respecto de la producción:

Algunos costos permanecen constantes a pesar de que se produzcan variaciones en las cantidades elaboradas en la empresa; otros, por el contrario, varían en forma directamente proporcional a los cambios en los niveles de producción. Un tercer

¹⁷ Ibid. p. 93

grupo permanece constante, pero sólo hasta determinado nivel de producción. Superado ese nivel, varían, manteniendo su constancia hasta que se produce otro salto en las cantidades fabricadas.

En el ejemplo que utilizamos hasta el momento, al fabricar 100 sillas y necesitarse 10 metros de madera para cada una, se requieren 1000 metros de madera para la producción total. Evidentemente, si se produjeron 200 sillas, la necesidad de la materia prima estaría dada en 2000 metros: el esfuerzo necesario para la producción ha aumentado en función de la misma en forma proporcional. El alquiler, en cambio, se mantuvo constante, porque en el mismo galpón puede producirse las 200 unidades. El sueldo del empleado también se mantuvo, pero si la producción aumentaba a 300 unidades, se hubiese hecho necesaria otra persona (recordemos que el empleado podía ensamblar hasta 250 unidades).

El primer tipo de costos se denomina “costos variables”; el segundo “costos fijos”, y el tercero, “costos semifijos” (o “semivariables”), ya que se modifican solamente al excederse determinados niveles de producción, y se mantienen constantes dentro de ese nivel.¹⁸

Por último clasifica a los costos sobre la base de las actividades a las que se destinan:

Dijimos que los costos son todos aquellos sacrificios necesarios para obtener un ingreso, ya sea pasado, presente o futuro, aunque hasta ahora hemos hablado casi pura y

¹⁸ Ibid. pp. 94-95

exclusivamente del costo de los bienes que se utilizan para la actividad del ente.

Sin embargo, existen otros elementos, además del sacrificio de entregar un bien, que pueden ser imprescindibles para la obtención de un ingreso, ya sea que podamos identificar puntualmente el esfuerzo con el ingreso o que asumamos una concordancia global entre unos y otro.

En este esquema, podemos clasificar los costos en cuatro clases: de producción, de comercialización (o de distribución), de administración y de financiación.

Los costos de producción son aquellos que resultan necesarios en el proceso de transformación de los artículos fabricados, desde que las materias primas son incorporadas en el ente hasta que el bien se termina. En el ejemplo de la fábrica de sillas, el sueldo abonado es un costo de este tipo.

Los costos de comercialización son los que se incurren con el objeto de distribuir el producto; por lo tanto, comprenden los que se incurren desde el momento en que éste está en condiciones de ser vendido hasta que es entregado a quienes lo han adquirido. Si la empresa que fabrica las sillas hubiese hecho publicidad con la finalidad de atraer más compradores, esto sería un costo inherente a la distribución; de la misma forma, si el flete hasta el lugar físico en el que se encuentra el comprador tuviese que ser pagado por el vendedor, también se incluirá en los costos de este tipo.

Los costos de administración incluyen los sacrificios incurridos para la realización de las actividades generales de la empresa (sin considerar compras, producción, comercialización ni financiamiento), es decir, todo aquello que se relaciona con la dirección, el planeamiento, el control, y la gestión general del ente.

Los costos financieros son aquellos originados en la obtención de fondos de parte de personas ajenas al ente, para que éste pueda operar. Se encuentran dentro de este rubro los intereses que se deben pagar por préstamos otorgados por un banco o por otra empresa. Desde de un punto de vista conceptual, ya que tanto el pasivo (las deudas con los terceros) como el patrimonio neto (las deudas con los propietarios) financian a los activos, también se encuentra en este concepto el interés que deberían cobrar los propietarios del ente (aunque, en general, no lo hacen), lo que llamaremos “interés del capital propio”.¹⁹

2.4.2. Exportación

Un punto muy importante en esta investigación es la “Exportación”, factor que hoy en día está teniendo mucho crecimiento en nuestro país. De acuerdo a ello citamos la siguiente información:

PINEDA VASQUEZ, Blanca Luz, define a la exportación de la siguiente manera:

¹⁹ Ibid. pp. 96-97

“Se puede definir la exportación como el Régimen Aduanero mediante el cual se permite la salida legal de mercaderías del territorio para ser usadas o consumidas en forma definitiva en el exterior”²⁰.

Partiendo de esta definición, comprenderemos que gracias a las exportaciones, las empresas amplían sus mercados y tiene la posibilidad de ofertar en mayores y mejores volúmenes su producción exportable.

De esta manera las empresas generan divisas y dinamizan la cadena productiva del país. En la medida que un país dicta medidas para promocionar sus exportaciones, éstas serán mucho más competitivas en calidad y precio permitiéndoles conquistar nuevos mercados lo cual implicará una mayor cantidad de divisas tanto para las empresas como para el país.

Continuando con el tema, PINEDA VASQUEZ, Blanca Luz, clasifica las exportaciones desde varios puntos de vista, entre ellos citamos la clasificación según el producto:

Exportaciones Tradicionales: se refieren a los productos que la naturaleza nos ha legado y están constituidos por la diversidad de materias primas que se utilizaron para su posterior transformación en bienes de consumo intermedio y/o final.

Estos productos primarios están configurados con escaso valor agregado y son de fácil sustitución en los países industrializados en el desarrollo de sus actividades

²⁰ PINEDA VASQUEZ, Blanca Luz. COMERCIO EXTERIOR OPCIÓN DEL SIGLO XXI, p. 55.

manufactureras; los precios de estos productos son fijados en el mercado internacional.

En nuestro país, son ampliamente conocidos puesto que han sido el eje de nuestro intercambio internacional a través de nuestra historia desde los tiempos del virreynato.

Mediante Decreto Supremo N° 076-92-EF de 30-04-92 se aprobó la lista de productos considerados tradicionales. Las características principales son las siguientes:

- Se tratan por lo general de materias primas (raw materials).
- Su precio es establecido por el mercado internacional.
- Es de fácil sustitución en el mundo industrial.

Exportaciones No Tradicionales: Son aquellos productos que no están incluidos en la lista de los productos de exportación tradicional, se diferencian de los tradicionales por que se tratan de productos manufacturados que han sido obtenidos luego de un proceso de transformación e incorporación de valor agregado.

Se caracterizan además porque su comercialización se rige en base a las leyes económicas de la oferta y la demanda, y por lo tanto los precios se determinan dentro de los procesos de negociación; además es necesario indicar que por ser el Comercio Exterior la única vía conocida para poder salir del estado de sub desarrollo del sector exportador, a través de la estructuración de un adecuado programa de estímulos y de incentivos para así generar inversión en este campo con lo que podríamos incrementar nuestra oferta exportable y mejorar la

calidad de nuestros productos; aparte de reducir nuestros costos con lo que estaríamos en condiciones de poder competir con mejores posibilidades en los diversos mercados mundiales.

Sus características principales son las siguientes:

- Se trata generalmente de productos manufacturados, vale decir que tiene valor agregado en su constitución.
- El precio se establece por la ley de la oferta y la demanda.
- Requiere de un proceso adecuado de captación de mercados.
- Conceptualmente gozan de exoneraciones de derechos aduaneros.
- Compensación o Devolución del IGV (Notas de Crédito Negociables).
- El estado trata de impulsarlo a través de crear mecanismos de estímulos.

Dentro de los mecanismos de estímulos se pueden citar a los que promueven los productos en el exterior (embajadas, consulados), otros que tratan de reducir sus costos totales de producción con el propósito de que se pueda acceder a estos mercados en condiciones adecuadas de competitividad a través del precio (admisión temporal, el antiguo CERTEX, etc.) y otros que tratan de darle al exportador las seguridades mínimas requeridas para poder actuar dentro de un marco confiable para poder operar.²¹

²¹ *Ibíd.* pp. 59-60.

Es evidente que en la medida que los países promuevan políticas que contribuyan al crecimiento de su comercio exterior, en particular, las exportaciones de productos no tradicionales que concentran alto porcentaje de valor agregado, los países obtendrán grandes beneficios tanto en los aspectos económicos como social por el efecto multiplicador de éstas.

El autor BAELL DIEGO, Gustavo, indica las ventajas que trae una política de exportación, las cuales las resume en cinco puntos:

- Acceso a un amplio mercado y diversificación del riesgo. No nos podemos cerrar en un mercado y en un producto. Por la entrada de la competencia en el mercado donde nosotros estamos actuando (con un producto sustituto), o por los cambios en los hábitos de consumo, o por un aumento inesperado de los costes de una parte de nuestro producto, por ejemplo, podría producirse nuestra salida inmediata del mercado en cuestión, y si no tenemos otro producto y otros mercados tal vez sea el fin de nuestra empresa.
- Test permanente de la competitividad de nuestros productos. Como hemos comentado anteriormente, debemos estar en continua alerta con las actuaciones de nuestra competencia. De esta forma vamos comparando nuestros productos con los de la competencia.
- Una mejor imagen y prestigio de nuestra empresa. Una empresa que esté presente en mercados internacionales

con un alto posicionamiento conlleva un incremento en la aceptación de su producto o de su marca.

- Una mayor cultura empresarial, lo que incide en una mayor apertura a las innovaciones. Nuestra visión empresarial será mucho más amplia, lo que implicará también que las decisiones a tomar sean más objetivas y más rápidas.
- Una disminución en los costes de producción, debido al logro de economías de escala.²²

Profundizando en la investigación, el mismo autor BAELL DIEGO, Gustavo, detalla los factores que son necesarios tener en cuenta para exportar:

Hemos de saber si estamos dispuestos a actuar con seriedad en la exportación invirtiendo en tiempo, dinero, medios técnicos y con la energía suficiente.

La clave está en el estudio de los tres instrumentos siguientes:

- Recursos Humanos
- Recursos Financieros
- Producción

- **Recursos Humanos**

El personal de exportación debe estar preparado en la materia y saber un “poco de todo”, pues en las

²² BAELL DIEGO, Gustavo. LA EXPORTACIÓN ESTÁ EN SUS MANOS, p. 21.

negociaciones con potenciales clientes no sólo se hablará del producto a vender sino de otros temas relacionados tal vez con la vida social, económica o política, y comercial de exportación no debe aparentar una falta de cultura general. Debe conocer idiomas, saber negociar y poder tomar decisiones y aceptar que puede pasar más del 50% del tiempo fuera de su hogar. Además, deberá contar con una buena salud, pues deberá enfrentarse a cambios de horarios o de temperaturas muy brusco o soportar la soledad donde todo le puede resultar extraño. En definitiva, tiene que saber adaptarse a todos los mercados y por tanto a los habitantes de cada país. Generalmente no es lo mismo negociar con empresas en Sri-Lanka que con empresas en Alemania por ejemplo.

Por todo ello, no es aconsejable colocar a una persona de la empresa en la dirección de exportación si no tiene los conocimientos y preparación adecuada. Habrá que buscarla fuera de la empresa.

- **Recursos Financieros**

¿Disponemos de los medios financieros suficientes para afrontar la exportación a mercados internacionales? Se deben considerar los recursos monetarios existentes, el grado de endeudamiento, las posibilidades de obtención de préstamos, los flujos de caja, etc. La recuperación de la inversión puede tardar años. Y si no se tiene claro, todo el dinero invertido podrá llegar a ser una pérdida.

Piénsese, por ejemplo, que dentro del departamento de exportación se incrementarán enormemente los gastos del teléfono al ser llamadas internacionales; se deberá viajar al extranjero, pues debe conocerse el mercado “in situ” y no desde la “silla” del despacho; se deberán enviar muestras, y según el producto que quiera comercializar los gastos de envío pueden ser elevados; deberá confeccionarse un catálogo especial o adaptar el antiguo para el mercado internacional con textos en otros idiomas, etc. Por otro lado, existirá la posibilidad de tener que realizar inversiones en el sistema de producción. Y aquí entramos en el tercer instrumento que es la “producción”.

- **Producción**

En primer lugar, debemos saber si nuestra capacidad productiva es suficiente para captar nuevos pedidos. Si ya tenemos problemas para abastecer el mercado nacional no se deben realizar esfuerzos en otros mercados. Veamos un ejemplo ocurrido hace algún tiempo. Un banco español con oficina de representación en Nueva York, EEUU, creó un proyecto para la introducción de empresas españolas en el mercado americano. A este proyecto se apuntaron algunas empresas pagando una cuota inicial como concepto de estudio de mercado y búsqueda de clientes. Pero éstos llegaron a superar lo estimado y hubieron empresas que dejaron de suministrar productos por no tener capacidad para producir. El

resultado fue el abandono del proyecto y la pérdida del dinero invertido.

En segundo lugar, ¿somos conscientes de que la exportación nos puede llevar a rediseñar y adaptar los productos a los nuevos mercados? Modificaciones que pueden ir desde un cambio de etiqueta al idioma y reglamentación del país, hasta modificaciones técnicas del producto. Por ejemplo, la empresa *Nutrexpa* tuvo que cambiar la etiqueta original del *Cola-Cao* donde había la imagen de un hombre de raza negra, por una imagen de una “taza”, ya que la imagen inicial no era bien aceptada en determinados países. Otro ejemplo podría ser el caso de la empresa fabricante de zapatos *Yanko* que debe fabricar hormas especiales para el mercado japonés.

El fracaso de muchas empresas ha sido y desgraciadamente es, la búsqueda de beneficio a corto plazo. O se acepta que la rentabilidad puede venir a medio o largo plazo, o mejor es no gastar esfuerzos en la expansión internacional.²³

De lo expuesto hasta el momento, podemos apreciar que, para que las empresas incursionen en actividades de exportación, resulta imprescindible efectuar todo un análisis tanto en la determinación de productos de exportación competitivos, vale decir, qué oferta exportable competitiva en calidad y precio se tiene, así como en la búsqueda de los mercados objetivos externos para dichos productos. Ello pasa necesariamente por

²³ *Ibid.*, pp. 23-24.

efectuar una investigación de mercados internacionales analizando las variables macro y macroeconómicas de estos, los aranceles, los mecanismos no arancelarios o paraarancelarios vigentes, la competencia, la logística internacional, las estrategias de penetración y los factores políticos entre otros, estableciendo claramente los criterios de identificación basándose en fuentes de información tanto públicos como privados.

Podemos señalar algunos puntos a tener en cuenta sobre el producto a exportar. Dicho comentario lo trae BAELL DIEGO, Gustavo, quien a la letra indica lo siguiente:

Seleccionaremos los productos en función de los requisitos necesarios para que sea exportable. Y ¿cuáles son esos requisitos posibles?

- Que sea *rentable*, es decir, productos que tengan igual o mayor margen de contribución a los resultados de la empresa.
- Que sea *competitivo*, es decir, buscar las ventajas competitivas como la calidad o el diseño, y no sólo apoyarnos en el precio. Si buscamos exclusivamente la competitividad vía precios, tenemos menos defensas para actuar ante un cambio brusco de precios de nuestra competencia, lo que podría provocar la salida del mercado. *Comercial Gallo*, empresa española productora de las famosas pastas *Gallo*, ha conseguido ser líder en países como Marruecos o la República Checa apoyándose en la calidad u no ofreciendo precios bajos. *Comercial Gallo* sabía que esto le iba a

representar un mayor esfuerzo para su introducción, pero apostaron por ofrecer una calidad excepcional, ser reconocidos como empresa de confianza y garantía, y posicionarse en nuevos mercados como empresa líder.

- Que exista una *capacidad de producción*, es decir, que sea de forma permanente y no ocasional. NO debemos caer en el error de querer exportar un producto cuya capacidad de producción está casi al cien por cien y nos conduciría a la pérdida de pedidos u de clientes. Siempre podemos estudiar una opción de subcontratar la producción si nuestros márgenes nos lo permiten.
- Que exista una capacidad de *adaptación*, es decir, que los productos sean susceptibles de ser adaptados a la evolución de la demanda exterior, como los gustos, las modas, etc., y que tengamos capacidad para crear un producto especial para un mercado exterior específico. Por ejemplo, nosotros podríamos tener una fábrica de sillas, que en nuestro mercado son totalmente aceptadas pero que en otros mercados tendríamos que hacerlas más funcionales o con diferente diseño, según los gustos del consumidor de ese país.
- Que exista una *demandas en crecimiento*. Por ejemplo, los productos ecológicos, los platos precocinados, los preservativos, etc., y a veces pueden ser oportunidades puntuales, como fue la exportación de caretas anti-gas con motivo de la Guerra del Golfo.

- Que sean productos homologados y cumplan con las normas técnicas establecidas. Esto es, que el producto o servicio tenga la aprobación oficial por un organismo legal que tenga esa facultad por disposición reglamentaria. Y para conseguir esa homologación se puede acudir a un laboratorio de ensayos acreditado dentro de la “Red Española de Laboratorios de Ensayo”, quien determinará las características o cualidades técnicas del producto o servicio. Una vez se haya analizado y aprobado el producto se podrá conseguir la “certificación de conformidad”, que es la acción que tiene por objeto atestiguar que un producto o servicio cumple determinadas normas o especificaciones técnicas. Pero además, el Laboratorio de Ensayos nos puede servir para conocer *a priori* las reglamentaciones técnicas del país donde queramos exportar con tal de no tener dificultades de aceptación posteriores.²⁴

Asimismo, este autor BAELL DIEGO, Gustavo, se expande en el comentario, añadiendo que las reglamentaciones técnicas no son iguales para todos los países, es aquí en donde surgen las barreras técnicas al comercio internacional:

- **Barreras técnicas al comercio internacional**

Las famosas *barres técnicas al comercio internacional* son, ni más ni menos, que las reglamentaciones comerciales de los Estados, susceptibles de obstaculizar, directa o indirectamente, los intercambios comerciales. Entre ellas se encuentran

²⁴ *Ibid.* pp. 29-30.

principalmente las basadas en los sistemas de certificaciones técnicas y homologaciones sobre normas y especificaciones.

Otras “barreras técnicas” podrían ser, por ejemplo, los dobles controles fronterizos; las limitaciones de los puntos de entrada de las mercancías; las reglamentaciones nacionales en materia de precios, márgenes comerciales, etc., las limitaciones o dificultades impuestas a los productos importados para la exposición en ferias; las restricciones en materia de pagos y créditos; las normas específicas en los etiquetados y composición de los productos, etc.

Una empresa española productora de conservas de tomate que participaba en una “feria internacional de la alimentación” en Arabia Saudí no pudo enviar sus catálogos a la feria porque en ellos se veía la imagen de una señora trabajando en el campo, y las autoridades nacionales saudíes prohíben que la imagen de la mujer figure en cualquier catálogo, folleto o envase.

Otra empresa española fabricante de sorbetes para el mercado de Estados Unidos tenía que importar el colorante de dicho país, ya que los Estados Unidos no autorizan utilizar colorantes europeos. Y dentro de la Unión Europea vemos cómo, por ejemplo, Alemania no permite utilización del conservante E-385, mientras en España si está permitido, habiéndose autorizado a través del B.O.E. Otros ejemplos podrían ser el de algunos clientes extranjeros que sólo aceptan una medida especial de paletización, o que en ciertos países se exige que la medida mínima que debe tener la inscripción

del peso neto en cada envase de venta al público sea de una medida en concreto.

Y una de las barreras más conocida es la referente a la utilización del logotipo “punto verde” en los productos destinados al consumidor de países como Alemania, Francia, Austria, etc.

Dada la importancia que tiene la utilización del “punto verde” en los productos, vamos a explicar en qué consiste dicho logo, que hoy en día es exigible obligatoriamente para vender dentro de cualquier gran superficie de determinados países europeos.

- **El punto verde**

El concepto de “El punto verde” (*Der Grüne Punkt* en alemán) nace en Alemania a partir de la Ley Töpfer para evitar los desechos originados por los envases. Este reglamento obligaría al comercio a cargar con los desechos de todo tipo de envases y embalajes que pongan en circulación. Se distinguen tres tipos diferentes de envases según sea su utilidad y función: de transporte, de venta y suplementarios.

A partir de la Ley Federal sobre desechos en 1986, el Gobierno alemán establece la obligación de productores, distribuidores y comerciantes de recoger y reaprovechar envases utilizados, al margen de los sistemas públicos de eliminación de desechos.

Los preceptos del reglamento se aplican a los fabricantes de envases o de materias a partir de las cuales se confeccionan directamente los envases y a quienes comercializan los citados envases o productos, o mercancías envasadas (distribuidores y comerciantes, incluida la venta por correo).

A los efectos de liberarse de la carga que supone la recogida, reutilización o reciclaje de los mencionados envases por cuenta propia, el comercio y la industria alemana, acogiéndose a la alternativa prevista por el propio reglamento, han desarrollado un sistema paralelo y alternativo a los sistemas públicos de eliminación de desechos para los envases de venta.

Este sistema se articula a través de la sociedad *Duales System Deutschland GMBH* y del llamado “punto verde”, distintivo que acompaña a aquellos productos integrados en el citado sistema.

Pero ha sido suficiente que Alemania empezara a exigir el “punto verde”, para que Francia y Austria hicieran lo mismo, esperando que en poco tiempo lo hagan España (a través de la sociedad *ECO-Embalajes España*), Italia y otros países de la Unión Europea.

En Francia, donde el decreto n° 92.377 tiene vigor desde abril de 1993, es la empresa *Eco-Emballages* la responsable de todo lo relacionado con el “punto verde”. Según la legislación francesa vigente, la empresa *Eco-Emballages* actúa como intermediaria para administrar los fondos necesarios para

pagar a los municipios el sobrecoste de una recogida selectiva, y además actúa como supervisor de la valorización de los residuos objetos de esa recogida selectiva efectuada.

La diferencia entre el sistema francés y el sistema alemán es que en el primero la recogida selectiva la realizan los propios circuitos públicos existentes.

El “punto verde”, que debe cumplir unas condiciones, como es el tamaño mínimo de 10 mm del logo, o la combinación de colores (no ha de ser precisamente de color verde), sirve igual para el mercado francés que para el alemán o el austriaco (países donde ya existe el reglamento).

Hoy en día, la mayoría de los puntos de venta de Alemania, Francia o Austria no aceptan productos si no incluyen el “punto verde” en su embalaje. Esta “barrera” a la venta de productos a la que se refiere la Directiva europea 94/62/CE tiene un coste que repercute, en definitiva, en el consumidor.

Por tanto, debe quedar claro que el “punto verde” sólo hace referencia al envase y embalaje del producto, indicando dicho “logo” que se ha pagado una determinada cuota para la recogida selectiva y posterior reciclado o valorización de los residuos. Debemos diferenciar el significado del “punto verde” del de la “ecoetiqueta”, la cual solo se aplica a los productos (no envases) que sean respetuosos con el medio ambiente.

La venta de un producto con el logotipo del “punto verde” en cualquier país donde esté reglamentada su utilización, está totalmente prohibida si no existe un contrato de utilización entre

la empresa exportadora o comercializadora y el organismo responsable del país.²⁵

2.5. Hipótesis de la Investigación

2.5.1. Hipótesis General

“Los Costos de Exportación reducen favorablemente en la Agroexportación de las empresas de la Región Ica a través del Aeropuerto Internacional de Pisco”.

2.6. Variables e Indicadores

2.6.1. Costos

- a. Costos de Fabricación
- b. Fletes
- c. Almacenes especiales
- d. Seguros
- e. Aranceles
- f. Gastos documentarios

2.6.2. Agroexportación

- a. Industrialización especial de productos para la exportación
- b. Determinación del Mercado Potencial
- c. Perfeccionamiento del Contrato Comercial
- d. Trámites Aduaneros
- e. Envío de las mercancías

²⁵ Ibid. pp. 30-32.

2.7. Marco Conceptual

a. Almacenes especiales

Se refiere a la diversa infraestructura con la que se debe contar para garantizar que los productos que son perecibles (agrarios) lleguen en su óptima calidad. Para ello algunos productos agrícolas, se deben conservar en cámaras de refrigeración desde que se cosechan, realizando su producción a temperaturas bajas, transportándolas en camiones frigoríficos hasta los almacenes refrigerados en aduanas o en el aeropuerto. Existen otros productos agrícolas que necesitarán otro tipo de almacenes, hemos citado el ejemplo anterior para tener una visión de los equipos e infraestructura necesaria para lograr exportar estos productos, lo cual genera un costo adicional.

En muchos productos, principalmente en el caso de los productos frescos, los costos posteriores a la cosecha hasta la entrega del producto en el mercado de destino, son dos o tres veces los costos de producción agrícola, y por lo tanto, suelen ser aún más importantes que los costos de producción en definir la competitividad del producto.²⁶

b. Costos de Fabricación

Se realiza el siguiente comentario tomando como base a CHAVES, Osvaldo A. y otros²⁷:

²⁶ PAZ SILVA, Luis. LO QUE DEBEMOS SABER SOBRE AGROEXPORTACIONES. p. 5

²⁷ CHAVES, Osvaldo A y otros. TEORÍA CONTABLE. p. 92

La exportación de productos agrícolas implica que se deberá incurrir en costos adicionales para garantizar que el producto se conserve en óptimos niveles de calidad al ser sometidos a condiciones exigentes en el traslado desde la fábrica hasta el punto de venta en el extranjero. Entre los costos que podríamos colocar como ejemplo se encuentran algunos preservantes, conservantes, envases y embalajes, etiquetado, códigos e impresos, etc.

c. Determinación del Mercado Potencial

La selección de mercados exteriores la podemos realizar en función de cuatro criterios básicos, los cuales pueden servir para un mismo producto y/o servicio en determinadas ocasiones:

- Potencial Tamaño
- Potencial Crecimiento
- Ventaja Competitiva
- Accesibilidad ²⁸

d. Envío de las mercancías

Aquí se debe considerar el envío propiamente dicho de las mercancías desde la fábrica hasta el puerto de embarque hacia el exterior. Uno de los costos que interviene en esta etapa es el del transporte local que normalmente se realiza por carretera.

El transporte por carretera posee la ventaja de ser flexible y oportuno. Dentro de otras ventajas se consideran la mayor disponibilidad por la variedad en líneas y tipos de vehículos

²⁸ BAE LL DIEGO, Gustavo. LA EXPORTACIÓN ESTÁ EN SUS MANOS, p. 27

existentes, la mayor flexibilidad que permite que los vehículos puedan transportar cualquier cantidad, cualquier tipo y cualquier tamaño de carga, los menores costos y los menores daños en las cargas.

Dentro de los medios empleados tenemos camiones de distintos tonelajes (ligeros, medianos, pesados) traylers, semitraylers y traylers cisternas y volquetes de diferentes capacidades.

Las características esenciales del transporte por carretera son básicamente las siguientes:

- Penetración: Es el único medio de transporte capaz de realizar por si mismo y sin depender de ningún otro el servicio “de puerta a puerta” en todos los casos
- Flexibilidad: Esta característica se refiere a la capacidad de los vehículos de carretera de transportar pequeños paquetes o volúmenes importantes (transportes especiales). Refleja también la versatilidad de los vehículos, que pueden transportar todo género de productos, sólidos, líquidos o gaseosos.
- Rapidez: Las facilidades de carga y descarga, la libertad de organización de horarios y la velocidad de los propios vehículos, hacen a este medio muy adecuados para envíos urgentes.
- Facilidad de coordinación con otros medios: Facilita extraordinariamente el transbordo de mercancías en el transporte combinado, el montaje de vehículos sobre otro

medio en el superpuesto y la manipulación de carga unitizada en el multimodal ²⁹.

e. Fletes

El Transporte Internacional de Mercancías es el traslado de un lugar situado en un cierto país hasta otro lugar situado en un país distinto, efectuado en una forma tal que la mercancía llegue a su destino en las condiciones contratadas. Constituye la actividad fundamental del comercio exterior, ya que sin el transporte no podría concretarse el objeto de la compra venta internacional.

El Transporte Internacional admite varias clasificaciones, entre otras:

a) Según el medio autónomo utilizado:

- Marítimo
- Por carretera
- Por ferrocarril
- Aéreo
- Varios (tubería, cable, etc.)

b) Según la forma de utilización de los vehículos:

- Sucesivo: realizados por varios porteadores por la misma vía.
- Superpuesto: cuando un medio de transporte autónomo es a su vez transportado en parte de su recorrido por otros (por ejemplo un camión sobre un buque)

²⁹ PERÚ. ESCUELA NACIONAL DE ADUANAS. OPERATIVA DE COMERCIO EXTERIOR. p. 46

- Combinado: realizado transbordando la mercancía entre vehículos de distinta naturaleza (de camión a buque, de éste a vagón ferroviario, etc.)
- Multimodal: es un caso particular del transporte combinado, en el que la mercancía se agrupa previamente en unidades superiores de carga, especialmente concebidas para su transporte por diferentes vías y sin “ruptura de carga”, tales como contenedores, paletas etc.

En los transportes marítimos y aéreos existe un documento que refleja toda la mercancía que viaja a bordo del vehículo denominado Manifiesto de Carga.

Cabe indicar que se debe considerar también el transporte local, pues muchas empresas se encuentran en otras provincias distintas al puerto o punto de embarque hacia el exterior. Este aspecto influye mucho en la determinación de los costos.³⁰

f. Gastos documentarios Industrialización especial de productos para la exportación

Documentos Financieros, son los que se utilizan para efectuar pagos: letra de cambio, pagaré, cheque, comprobante de pago y demás documentos de crédito o de cobranza similares que se utilicen para obtener el pago.

Documentos Comerciales, son los que sirven para acreditar la compraventa entre las partes, el envío de las mercancías y su disponibilidad. Los documentos comerciales pueden ser Primarios y Operativos.

³⁰ PERÚ. ESCUELA NACIONAL DE ADUANAS. OPERATIVA DE COMERCIO EXTERIOR. p. 33

Los documentos primarios, son los que se utilizan desde la iniciación hasta el perfeccionamiento de la compraventa internacional: carta de presentación del exportador, solicitud de cotización del importador, oferta del exportador, contra oferta del comprador, confirmación del pedido por el exportador que precisa el envío y forma de pago sin modificar la oferta, factura proforma que no es definitiva etc. Es de advertir que los documentos primarios pueden ser obviados, como es en el caso de los contratos verbales. Los documentos operativos, son los que evidencian la implementación del contrato de compraventa: La factura comercial que se expide por el exportador luego de haberse concluido la negociación contractual; el documento de transporte que acredita el despacho de la mercancía por el medio de transporte utilizado, expedido por el transportista designado que varía según sea el medio que se utilice para el envío de la mercancía al comprador, pudiendo tratarse de Conocimientos de Embarque (Bill of Lading) cuando el envío se hace por barco, Carta de Porte Aéreo (Air Way Bill), Carta de Porte Terrestre, Carta de Porte de Ferrocarril y de transporte multimodal; el Packing List o Lista de Empaque o relación de contenido que lo emite al transportista; la Póliza de Seguro, los Documentos de Certificación (de origen, sanitarios, de verificación etc) y todo documento utilizado para operativizar el despacho.³¹

g. Perfeccionamiento del Contrato Comercial

El contrato de compraventa es la figura típica del comercio Internacional bajo cuyas normas se desenvuelven la importación y exportación y constituye el acuerdo de voluntades con fines

³¹ PERÚ. ESCUELA NACIONAL DE ADUANAS. OPERATIVA DE COMERCIO EXTERIOR. p. 24

lucrativos, entre partes cuyos centros operativos se encuentran en países distintos, sobre una mercancía lícita que debe pasar por Aduanas.

La compraventa internacional da origen a contratos accesorios que posibilitan su realización o que aseguran a las partes contratantes y que entre otros son los contratos de transporte, el de seguro y el de almacenamiento, de cuyo conjunto depende el éxito de la transacción comercial, debiendo significarse que las obligaciones del contrato principal de compraventa son independientes de las emanadas de los contratos accesorios.

El Perfeccionamiento a través de una Orden de Compra o Nota de Pedido mediante el cual el vendedor, dentro del plazo de la oferta, conoce la aceptación del comprador (teoría de la recepción), no siendo indispensable que exista un contrato de compraventa, salvo que las partes lo consideren necesario.³²

h. Seguros

El seguro de transporte tiene como función la de reponer al asegurado, tras un siniestro, en una situación patrimonial lo más próxima posible a la anterior a sufrirlo; o, si ello no es posible, darle una compensación económica que atenúe los efectos del daño.

Debe observarse que se habla de compensación económica, nunca de negocio, ya que la naturaleza del seguro rechaza que de él pueda obtenerse beneficios, pues incrementaría el fraude.

³² PERÚ. ESCUELA NACIONAL DE ADUANAS. OPERATIVA DE COMERCIO EXTERIOR. p. 9

El seguro se basa en la existencia de la cadena “riesgo – siniestro – daño” que consiste en:

- Riesgo: la posibilidad o incertidumbre que suceda un evento futuro que pueda dañar al objeto del seguro.
- Siniestro: la materialización del riesgo. Es la ocurrencia intempestiva que daña físicamente la mercancía.
- Daño: el perjuicio producido a consecuencia del siniestro, susceptible de cuantificación (en mercancías se les conoce también como avería).³³

i. Trámites Aduaneros

Documentos para exportar

1. **DECLARACIÓN UNICA DE ADUANAS (DUA)**
Documento aduanero mediante el cual se solicita la regularización de la exportación de mercancías cuyo trámite fue iniciado con la Orden de Embarque.
2. **ORDEN DE EMBARQUE (O/E)**
Documento aduanero mediante el cual el Despachador de Aduana solicita la exportación ante la autoridad aduanera y es aplicable a las mercancías cuyos valores FOB sean superiores a los US\$ 2,000
3. **DOCUMENTO TRANSPORTE**
Copia autenticada o carbonada del Conocimiento de Embarque, Guía Aérea; Carta de Porte.

³³ PERÚ. ESCUELA NACIONAL DE ADUANAS. OPERATIVA DE COMERCIO EXTERIOR. p. 49

4. FACTURA COMERCIAL

Segunda copia de la factura comercial SUNAT en castellano, pudiendo adicionalmente contener dentro del mismo documento la traducción a otro idioma.

5. OTROS DOCUMENTOS

- Segunda copia de la Nota de Crédito o Débito SUNAT
- Autorizaciones Especiales
- Relación de Insumo – Producto, Régimen de Admisión Temporal
- Cuadro de Coeficientes (Solicitud de Reposición)
- Otros.

TRÁMITE DE EXPORTACIÓN

La exportación de bienes está sujeto a requisitos mínimos que serán supervisados por ADUANAS, y no se encuentran afectos al pago de tributo alguno.

Los exportadores para poder iniciar su trámite ante ADUANAS deben presentar una Orden de Embarque, cuando el valor FOB sea mayor a US\$ 2,000 a través de su Agente de Aduana.

La mercancía debe embarcarse en un plazo máximo de diez (10) días contados desde la fecha de numeración de la Orden de Embarque. Terminado este, se tiene 15 días computados a partir de la fecha del ultimo embarque, para regularizar la exportación a través de un formato denominado Declaración Unica de Aduanas.³⁴

³⁴ PERÚ. ESCUELA NACIONAL DE ADUANAS. OPERATIVA DE COMERCIO EXTERIOR. p. 73

CAPÍTULO III

ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1. Tipo y Nivel de la Investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones necesarias para ser denominado como: “INVESTIGACIÓN APLICADA”.

3.1.2. Nivel de Investigación

Conforme a los propósitos del estudio la investigación se centra en el nivel descriptivo.

3.2. Método y Diseño de la Investigación

3.2.1. Método de la Investigación

En la presente investigación utilizaremos el método descriptivo, estadístico y de análisis – síntesis, entre otros que conforme se desarrolle el trabajo se darán indistintamente, en dicho trabajo.

3.2.2. Diseño

Se tomará una muestra en la cual:

$$M = O_x r O_y$$

Donde:

M	=	Muestra de.
O	=	Observación.
x	=	Costos.
y	=	Agroexportación.
r	=	Relación entre variables.

3.3. Población y Muestra

3.3.1. Población

La población objeto de estudio estuvo comprendida por los gerentes de comercialización de empresas agroexportadoras de la provincia de Ica, siendo un total de 30.

3.3.2. Muestra

Considerando el total de la población, la muestra resultará de la aplicación de la siguiente formula, basándose en el grupo

de muestra probabilística donde cada uno de los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidas (Al Azar).

$$n = \frac{Z^2 p q N}{E^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

Donde:

Z = Nivel de confianza 95% = 1.96

n = Tamaño de la muestra

N = Total de la población = 30

p = La probabilidad de aciertos = 0.5

q = La probabilidad de errores = 0.5

E = Margen de error = 5% = 0.05

$$n = \frac{1.96^2 (0.5) (0.5) (30)}{0.05^2 (30 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = 27.96$$

n = 28 Gerentes de Comercialización

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.4.1. Técnicas

Las principales técnicas que utilizaremos en este estudio serán la Encuesta, Análisis Documental y la Entrevista.

3.4.2. Instrumentos

Guías de Observación documental, entrevistas y guía de observación.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

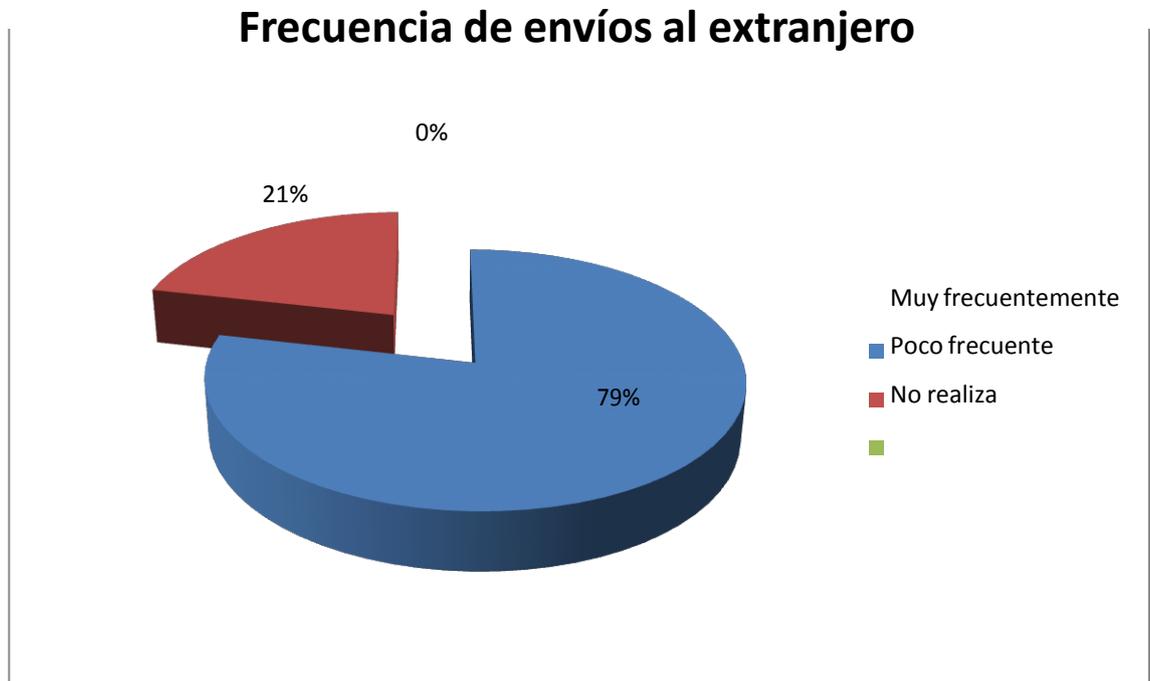
El contenido del presente capítulo, se basa en la recolección y presentación de datos, según técnicas de investigación aplicadas en su oportunidad.

CUADRO N° 1
AÑOS DE FUNCIONAMIENTO DE EMPRESAS



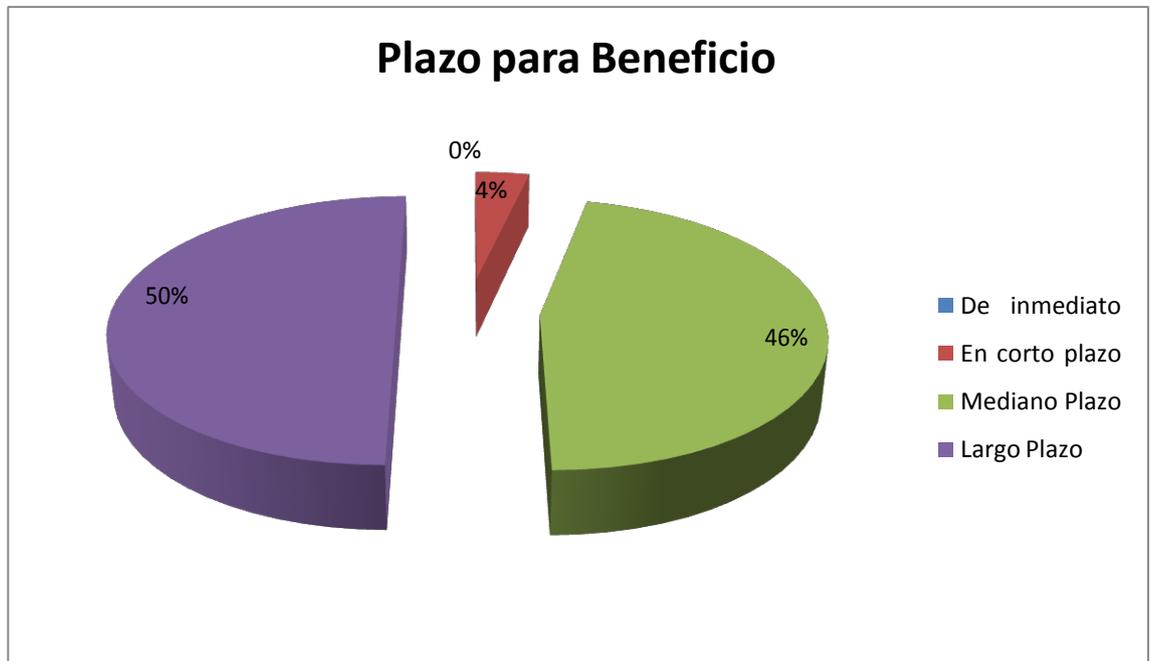
En cuanto a los años de funcionamiento de las empresas exportadoras en la provincia, se puede apreciar que 43% indica tener entre 6 a 10 años, otro apreciable 36% tiene más de 10 años en el mercado y el 21% manifiesta tener entre 1 a 5 años.

CUADRO N° 2
FRECUENCIA DE ENVIOS COMERCIALES AL EXTRANJERO



En cuanto a la Frecuencia de Envíos Comerciales al Extranjero, se puede apreciar que todas las empresas encuestadas realizan envíos al extranjero, observando que un 79% de las empresas encuestadas realizan envíos muy frecuentes al extranjero, un 21% de empresas encuestadas realizan envíos al extranjero poco frecuentes.

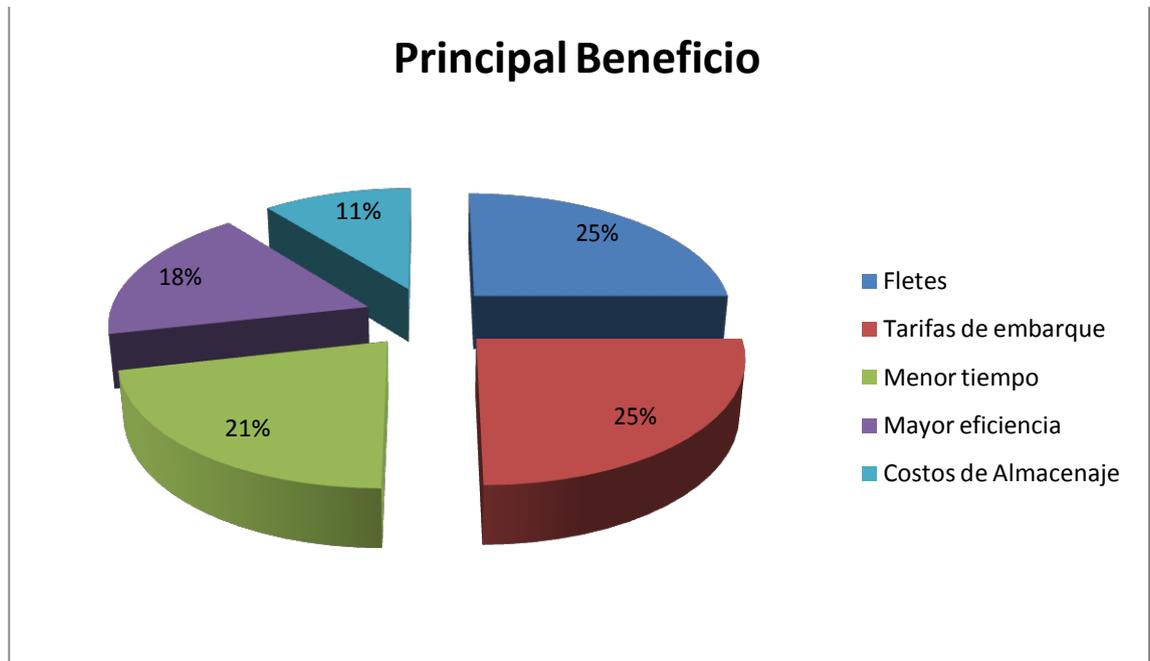
CUADRO N° 3
PLAZO PARA BENEFICIARSE CON EL AEROPUERTO INTERNACIONAL
DE PISCO



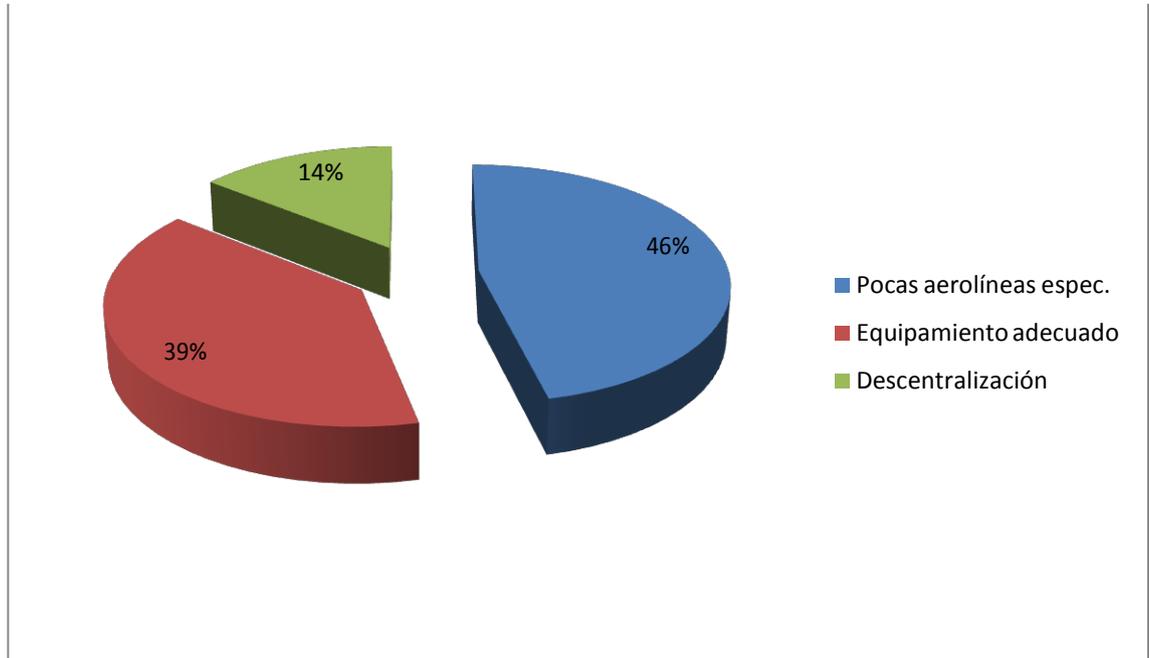
Respecto al plazo para beneficiarse con el Aeropuerto Internacional de Pisco, las empresas agroexportadoras en su totalidad, consideran que no habrá beneficio de inmediato; el 50% de ellas consideran que el beneficio se verá en un largo plazo; el 46% consideran que en un mediano plazo se beneficiarán, mientras que solo 4% consideran que tendrán beneficios en un corto plazo.

CUADRO N° 4

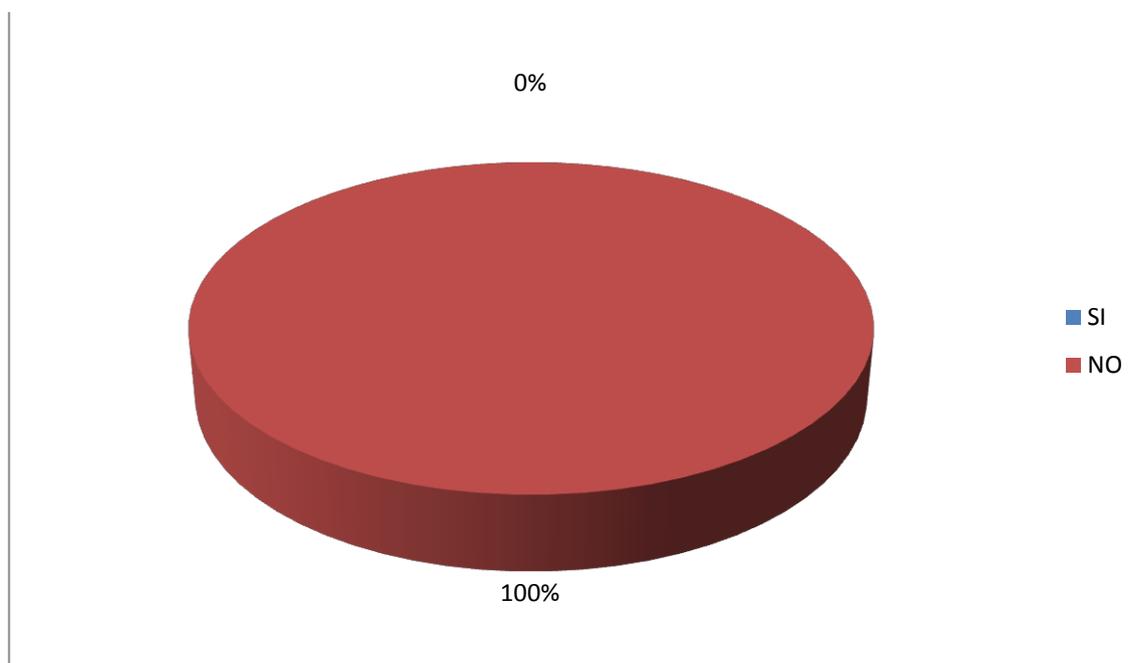
PRINCIPAL BENEFICIO A OBTENER CON EL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE PISCO



Respecto a los principales Beneficios que obtendrían las Empresas Agroexportadoras al enviar sus productos a través del Aeropuerto Internacional de Pisco, un 25% considera que el mayor beneficio a obtener es en la reducción de fletes, de igual manera un 25% opina que el mayor beneficio sería en las tarifas de embarque, un 21% considera que habrá menor tiempo en el envío al extranjero, un 18% considera que habrá mayor eficiencia en el envío al extranjero y por último, un 11% considera que habrá menores costos de almacenaje.

CUADRO N° 5**PRINCIPAL FACTOR QUE IMPEDIRÍA OBTENER EL BENEFICIO ESPERADO CON EL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE PISCO**

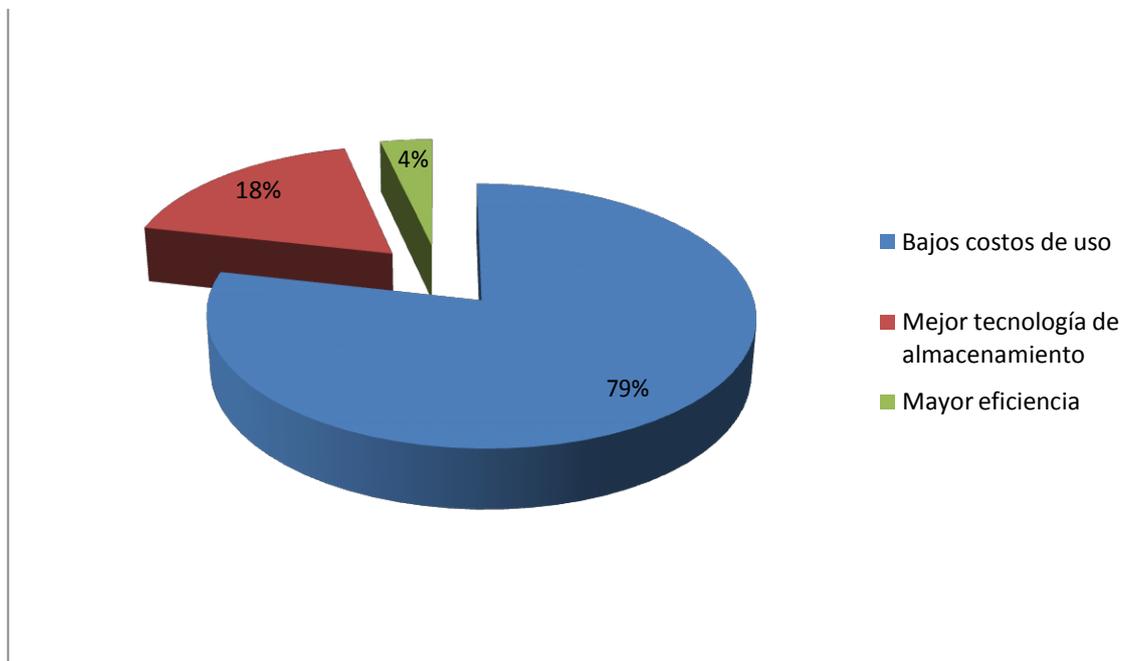
Las empresas agroexportadoras consideran que el beneficio esperado al enviar sus productos a través del Aeropuerto Internacional de Pisco, se vería obstaculizado si es que no existen las empresas aéreas especializadas necesarias (un 46% opina esto); un porcentaje de 39% considera que un obstáculo importante sería el no contar con el equipamiento adecuado del aeropuerto para almacenar y enviar sus productos al extranjero, mientras que un 14% considera que la descentralización es un elemento importante para hacer atractivo exportar a través del Aeropuerto Internacional de Pisco.

CUADRO N° 6**INVERSIONES REALIZADAS EN EL CONTEXTO ADECUADO**

Las empresas agroexportadoras, en su totalidad, consideran que el Estado ha demorado demasiado tiempo en hacer la remodelación del Aeropuerto Internacional de Pisco.

CUADRO N° 7

ASPECTOS A IMPLEMENTAR PARA HACER MÁS ATRACTIVO AL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE PISCO



Las empresas agroexportadoras, en un 79% consideran que el Estado debería reducir los costos de uso del Aeropuerto Internacional de Pisco; un 18% considera que debería haber mejor tecnología de almacenamiento, mientras que un 4% considera que debería haber mayor eficiencia en la atención.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Pese al esfuerzo en los últimos años del Estado por implementar el Aeropuerto Internacional de Pisco y convertirlo en el segundo aeropuerto del país, los agroexportadores consideran que el aeropuerto está implementado para recibir un mayor flujo de turistas, en vez de comercio internacional de mercancías, lo cual evidencia la impresión de los exportadores sobre el aeropuerto, por lo que no son muy optimistas en ser beneficiados en un corto plazo con la remodelación de dicha infraestructura.
2. La investigación evidencia que los agroexportadores esperan beneficiarse principalmente mediante la obtención de fletes más baratos al tener más cerca el punto de embarque hacia el extranjero, esto corresponde a unos 250 km de menor recorrido. Asimismo, consideran que otro beneficio que obtendrían sería el de tarifas de embarque más baratas ya que esperan que el Estado considere a este Aeropuerto como un elemento impulsor de la Agroexportación de la Región Ica en particular. Otro de los beneficios es el de consumir menos tiempo en el envío de la carga al exterior por la proximidad a la planta, tener una mayor eficiencia en la atención y costos de almacenaje menores a los de la capital.
3. Un aspecto que más alarma a los empresarios agroexportadores se refiere a los factores que podrían impedir que ellos gocen de los beneficios de tener un aeropuerto cerca. Consideran que el principal riesgo es el de no contar con líneas aéreas de carga especializada para sus productos, ya que a éstas no les resultaría asumir los costos de venir a un aeropuerto tan cerca de Lima, prefieren quedarse en la capital

que concentra un gran volumen de vuelos de carga de mercancías como de pasajeros. Hasta la fecha no se ha indicado qué aerolíneas han confirmado vuelos desde y hacia Pisco, solo han mostrado un interés que no se ha concretado.

Asimismo, los empresarios refieren que las autoridades solo han presentado la infraestructura y equipos relacionados con el servicio de pasajeros, pero no dan mayores luces sobre la atención de carga de mercancías lo que genera desconcierto y desconfianza en los empresarios sobre los beneficios para ellos con el nuevo Aeropuerto Internacional de Pisco.

Para complementar, consideran que va a ser muy difícil lograr la descentralización de toda la gestión logística y administrativa concentrada en la capital, lo cual no cuenta con un plan de descentralización que presente el Estado en este aspecto.

4. Los empresarios consideran que el Estado ha demorado demasiado tiempo en tomar una decisión firme en concesionar este aeropuerto, pues las conversaciones, marchas y contramarchas se han dado desde el 2003, época en que las exportaciones tuvieron un incremento extraordinario a nivel nacional y sobre todo en la Región Ica, lo que generó el desarrollo de esta ciudad. Si el Estado hubiese asumido su rol desde esa época, hoy podríamos tener un escenario con mayores índices de desarrollo y crecimiento del sector agroindustrial.
5. No obstante, ven como una gran oportunidad contar con un Aeropuerto de nivel Internacional, considera como el segundo más grande del país; pero es necesario que el Estado implemente un Plan de Apoyo a la Agroexportación considerando la reducción de Costos de Uso del Aeropuerto, costos de almacenamiento y uso de cámaras frigoríficas con

una mejor tecnología; así como una mayor eficiencia en la atención que redundaría en la posibilidad de hacer mayor envíos rápidos.

Ante todo esto, es necesario hacer algunas recomendaciones al respecto:

1. Debe existir una mesa de diálogo entre los empresarios agroexportadores de la Región Ica y el Estado, que coadyuve en tender acceso hacia una optimización del Aeropuerto Internacional de Pisco en beneficio también del sector industrial de la región.
2. Establecer un Plan de Apoyo a la Agroexportación de la Región Ica que incluya una serie de beneficios que haga más atractiva la salida de los productos a través de este aeropuerto, generando una descentralización de la exportación por la capital, redundando en una reducción sustancial en los costos de exportación para los empresarios de la Región Ica.
3. El Estado debe de buscar cerrar contratos con más líneas aéreas de cara de pasajeros y de mercancías, generando una mayor oferta de vuelos, beneficiándose los empresarios en una reducción sustancial de costos de exportación.

BIBLIOGRAFÍA

1. BAE LL DIEGO, Gustavo. LA EXPORTACIÓN ESTÁ EN SUS MANOS, Editorial Gestión 2000, 1ra. Edición. Barcelona, España, 2000.
2. PERÉZ ESPINOZA, Arbués. MANUAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES. Ediciones Universidad de San Martín de Porres, 1ra Edición, Lima, Perú, 2000.
3. PINEDA VÁSQUEZ, Blanca Luz. COMERCIO EXTERIOR OPCIÓN DEL SIGLO XXI. Editorial Gomez, 1ra. Edición. Lima, Perú, 1994.
4. GIMENEZ, Carlos M. y otros. COSTOS PARA EMPRESARIOS. Ediciones Macchi. Buenos Aires, Argentina, 1995.
5. CHAVES, Osvaldo A. y otros. TEORÍA CONTABLE. Ediciones Macchi. Buenos Aires, Argentina, 1998.
6. BELLIDO SÁNCHEZ, Pedro Alberto. COSTOS ABC. Pacífico Editores. Lima, Perú. 2003.
7. HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto y otros. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. Editorial Mc Graw Hill. México, 2002.
8. INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN EL PACÍFICO. DIRECCIÓN Y GESTIÓN FINANCIERA. Pacífico Editores. Lima, Perú. 2003.
9. PERÚ. ESCUELA NACIONAL DE ADUANAS. OPERATIVA DE COMERCIO EXTERIOR. Primera Edición. Lima, Perú. 2001.

10. MOCHÓN, FRANCISCO, "ECONOMÍA: TEORÍA Y POLÍTICA", Ed. McGraw-Hill, 3ª ed., 1998.
11. DANIELS, JOHN D. - RADEBAUGH, LEE, "NEGOCIOS INTERNACIONALES", Ed. Pearson, 8ª ed., México 2000.
12. KINTTO LUCAS, "ECUADOR: INFLACIÓN RÉCORD EN AÑO DE DOLARIZACIÓN", IPS, enero 2001
13. CHAHIN LIZCANO, GUILLERMO. COMERCIO EXTERIOR. Bogotá. Editorial Librería del Profesional 1998.
14. HERNÁNDEZ SAMPIERI, ROBERTO, FERNÁNDEZ COLLADO, C. Y BAPTISTA LUCIO, P. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN; México, Mc.Graw -Hill, 2001.
15. LEDESMA, CARLOS ALBERTO: PRINCIPIOS DE COMERCIO EXTERIOR, Buenos Aires, Ediciones Macchi 1990.
16. PERILLA GONZALES, ROGELIO. MANUAL PARA IMPORTADORES Y EXPORTADORES. Bogotá. Ediciones Guadalupe Ltda.
17. RIVERA MENDOZA, WILFREDO: DICCIONARIO DE COMERCIO EXTERIOR. Buenos Aires. Ediciones de Palma, 1994.
18. VALENTÍN BUDIG, DOMINGO: DICCIONARIO DE COMERCIO EXTERIOR, Buenos Aires, Ediciones de Palma, 1991.
19. VEGA G. JORGE: INCIDENCIA TRIBUTARIA SOBRE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES EN PERÚ EN DOCUMENTOS DE TRABAJOS DEL CISEPA N° 105, lima 1992.

ANEXO
ENCUESTA
INVESTIGACIÓN

**“EFECTO DE LOS COSTOS EN LA EXPORTACIÓN A TRAVÉS DEL
AEROPUERTO INTERNACIONAL DE PISCO”
ENCUESTA: EMPRESARIOS Y/O GERENTES**

Instrucciones.-Señor(a) Empresario y/o Gerente con la amabilidad que lo caracteriza, mucho agradeceré responder las interrogantes en forma objetiva, concreta y sencilla, para darle mayor confiabilidad a los resultados de la investigación.

1. ¿Cuántos Años de Funcionamiento tiene su representada?

De 1 a 5 años () De 6 a 10 años () Más de 10 años ()

2. ¿Con qué frecuencia, su empresa realiza envíos comerciales al extranjero?

- a) Muy frecuentemente
- b) Poco frecuente
- c) No realiza

3. ¿En qué plazo considera que el renovado Aeropuerto Internacional de Pisco beneficiaría a su empresa?

- a) De inmediato
- b) En corto plazo
- c) Mediano plazo
- d) Largo plazo

4. ¿Cuál es el beneficio principal y la estimación porcentual de este beneficio?

.....
.....
.....

5. ¿Qué factor considera un riesgo para que no se genere este beneficio esperado?

.....

.....
.....

6. ¿Considera que el Estado ha realizado las inversiones en el contexto adecuado?

.....
.....
.....

7. ¿Qué aspectos considera que el Estado debe implementar en el Aeropuerto Internacional de Pisco para hacerlo más atractivo para los agroexportadores?

.....
.....
.....

Nombre _____ del _____ encuestador: _____
Lugar y Fecha: _____ Hora: _____
Observaciones: _____

