



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

FCE
FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS

Carrera: Contador Público Nacional y Perito Partidor

ANALISIS DE LOS COSTOS DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE LA ZONA ESTE DE MENDOZA

Autores:

Hernandez María Florencia, Registro N° 27713. hernandezmflorencia@mail.com

Correa Gabbi Gimena, Registro N° 28120. gimena.correagabbi@hotmail.com

Profesor Tutor:

Mariela Aloisio

Mendoza, 2021.

INDICE

RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO I: LOS COSTOS Y LA ELABORACIÓN DEL VINO	4
1. TEORÍA DE COSTOS	4
1.1. CLASIFICACION DE COSTOS	5
1.2. MODELOS DE COSTEO	6
1.3 ANÁLISIS MARGINAL.	8
2. LOS COSTOS EN EMPRESAS VITIVINÍCOLAS	10
2.1. LOS COSTOS DE EXPLOTACIÓN VIÑEDOS	10
2.2. LOS COSTOS DE ELABORACIÓN DEL VINO.....	16
CAPÍTULO II: LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS Y SU COSTO	18
1. EXPORTACIÓN.....	18
1.1. ¿QUÉ ES EXPORTAR?.....	18
1.2. ESTÍMULOS O BENEFICIOS DE LA EXPORTACIÓN.....	18
2. INCOTERMS.....	21
2.1. INCOTERMS PARA CUALQUIER MODO DE TRANSPORTE.....	21
2.2. INCOTERMS PARA EL TRANSPORTE MARÍTIMO Y POR VÍAS INTERIORES	23
3. ASPECTOS RELEVANTES PARA LA EXPORTACIÓN	24
3.1. COSTOS A TENER EN CUENTA AL MOMENTO DE EXPORTAR	24

3.2. TRÁMITES A CONSIDERAR A LA HORA DE EXPORTAR.....	25
3.3. DOCUMENTACIÓN A CONSIDERAR A LA HORA DE EXPORTAR	26
4. MERCADO EXTERNO. ANÁLISIS DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.....	27
4.1. CONSUMIDORES ESTADOUNIDENSES.....	27
4.2. ESTADÍSTICAS DE IMPORTACIÓN	29
5. DETERMINACIÓN DEL PRECIO.....	30
CAPÍTULO III: CASO BODEGA CORBEAU WINES	32
1. INTRODUCCION A LA EMPRESA BAJO ANÁLISIS	32
2. ANÁLISIS DE LOS COSTOS Y DE LA EXPORTACIÓN.....	38
CONCLUSIÓN.....	46
REFERENCIAS.....	48

RESUMEN

En los últimos años las empresas y en particular muchas bodegas mendocinas han tenido la posibilidad de realizar negocios internacionales que les permiten colocar sus productos en el mercado externo. Por medio de la presente investigación se intenta conocer cuáles son los costos que intervienen en esta práctica.

El objetivo del trabajo es presentar de manera detallada cuáles son los costos involucrados en los procesos de exportación que, las empresas que realizan dichos procesos, deben considerar para ejecutarlo de manera exitosa.

El estudio se llevó a cabo mediante la realización de entrevistas a una bodega ubicada en la zona este de Mendoza que exporta parte de su producción, la cual se tomó como unidad de análisis para abordar el problema mediante una investigación no experimental de nivel descriptivo, con un enfoque cualitativo.

El resultado de la investigación da cuenta de la imprescindible necesidad de contar con acabada información acerca de las diferentes etapas del proceso de exportación y sus costos involucrados con el fin de evitar el fracaso de la operatoria de exportación y mediante el procesamiento de dicha información colocar sus productos al precio adecuado en el mercado de destino elegido.

Palabras clave: exportaciones, vitivinicultura, costos, mercado externo, Mendoza-Argentina, bodega.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo a estudios acerca de competitividad hoy en día es casi imposible pensar que una empresa se encuentre aislada de un entorno global, dado que los procesos de internacionalización (dentro de estos procesos se puede destacar el de exportación) se dan cada vez más cerca de nuestro entorno, exigiendo a las empresas una competitividad mayor. De esta forma estas empresas y sus directivos deben adquirir la habilidad de costear los procesos de exportación ya que esto es lo que determinará la viabilidad de este tipo de operaciones.

El objetivo del presente trabajo es investigar cuales son los costos que debe considerar una empresa exportadora de la zona este de Mendoza a la hora de exportar sus productos.

La idea de analizar los costos de una empresa exportadora surge al reconocer en la asignatura de Costos para la Gestión la relevancia que tiene la información sobre los costos y el hecho de que cuando una empresa apunta a vender en un mercado externo implica cotizar un precio que sea competitivo, lo que requiere conocer precisamente cuales son los costos que se originan en la actividad.

Para el problema planteado se decidió realizar una investigación no experimental de nivel descriptiva, con enfoque cualitativo, tomando como unidad de análisis una empresa familiar y utilizando como técnica de recolección de datos la entrevista. Se llevará a cabo, fundamentalmente, mediante una serie de entrevistas realizadas a los propietarios y encargados de la administración de la empresa con la finalidad de recolectar los datos necesarios que nos permitan analizar los costos en los que incurren las empresas en la operatoria de exportación de sus productos, y con esto poder trasladar los conocimientos teóricos a un ente real y así obtener conclusiones más claras, actuales y cercanas. Para el desarrollo de nuestro trabajo también pudimos contar con bibliografía relacionada, contenido de la materia costos para la gestión e investigaciones anteriores sobre el tema.

El trabajo se estructura en tres capítulos, en el primer capítulo buscamos dar una introducción a la teoría de costos y una breve descripción de los costos en los que incurren las empresas vitivinícolas. En el segundo capítulo investigamos los principales factores a tener en cuenta en el proceso de exportar. Finalmente, en el tercer y último capítulo aplicamos la teoría investigada a una bodega, la cual se encuentra en el este mendocino y exporta parte de su producción.

CAPÍTULO I: LOS COSTOS Y LA ELABORACIÓN DEL VINO

En este capítulo se pretende interiorizar sobre la teoría de costos en general y su clasificación, para luego poder abordar los costos que tienen las empresas productoras de vino, de esta manera proporcionamos una descripción de los costos de producción correspondientes al proceso de explotación de viñedos, haciendo mención a los diferentes modos de plantaciones de vid, los insumos necesarios en función de las características de la vid y su rendimiento y las diferentes modalidades de cosecha.

1. TEORÍA DE COSTOS

Desde un punto de vista económico se podría definir “costo” como “la erogación realizada en pos de un objetivo determinado”, es decir la erogación realizada con un fin determinado.

Éste resulta de una vinculación coherente entre un objetivo o resultado productivo y los factores para lograrlo. Es una relación esencialmente “física”- basada en cantidades físicas de “objetivos” y cantidades físicas de “factores” consumidos para lograrlos (Cartier 2001).

Siguiendo a Cartier Enrique (2001), sus componentes son:

Componente físico: Cantidad necesaria del factor para la obtención de un objetivo (Relación de eficiencia física).

Componente monetario: Precio o valor considerado necesario para la disponibilidad de una unidad del factor en un proceso.

La expresión matemática que utiliza para determinar el costo de un “objetivo” es la siguiente:

Ecuación general del costo:

$$C a = Q X(i) * P X(i)$$

Donde:

C_a : Costo del objetivo “a”

$X(i)$: Factores de uso necesario para obtener el objetivo “a”

$QX(i),a$: Cantidad física necesaria del factor $X(i)$ para obtener “a”

$PX(i)$: Valor asignado a cada unidad física del factor $X(i)$

1.1. CLASIFICACION DE COSTOS

A continuación, se expresan las clasificaciones relativas a costos a tenerse en cuenta en el presente trabajo, según Cartier (2001)

a. Según su referencia al todo o las partes, los costos pueden ser:

- Costos Totales: son aquellos que surgen de la suma de todos los costos.
- Costos Unitarios: se refiere a los factores utilizados en cada unidad de producto o servicio que se produce, se encuentran estos en cada función o área de la empresa.

Surge de dividir el costo total en el número de objetos de costo, por lo que implica un costo promedio.

b. Según tipo de vinculación posible entre factores y objetivos:

- Costos Directos: Son aquellos que corresponden a factores que pueden vincularse en forma clara, objetiva e inequívoca con un objetivo del proceso productivo.
- Costos Indirectos: Son aquellos que corresponden a factores que no pueden vincularse en forma clara, objetiva y excluyente con un objetivo del proceso productivo.

c. Según el comportamiento de los factores ante cambios en la cuantía de los objetivos:

- Costos Variables: son aquellos factores cuyo consumo total cambia como consecuencia de variaciones en el volumen de actividad, están íntimamente relacionados con la actividad

- Costos Fijos: Son aquellos factores cuyo consumo total no varía como consecuencia de las variaciones en el volumen de la actividad, siempre manteniéndose dentro del límite de la capacidad de la planta, también llamados costos de estructura o de capacidad.

1.2. MODELOS DE COSTEO

Según Yadin (2010) el costo puede asumir distintas magnitudes económicas, distintos valores, según cuál sea el objetivo buscado en su determinación. Un costo puede servir de punto de partida para determinar resultados, fijar tarifas, determinar un precio, etc. Se puede atribuir a un producto una magnitud distinta de costo dependiendo de cuál sea la finalidad a satisfacer por ese costo. En consecuencia, como menciona Toro (2013) el valor del conocimiento de los costos reside en la capacidad de diferenciarlos, de conocer sus ventajas y limitaciones y aplicarlos en las situaciones donde demuestren su mayor eficiencia, de acuerdo con los objetivos o necesidades de los usuarios. En definitiva, se trata de costos diferentes para fines diferentes.

Existen, según la Teoría General del Costo, diferentes modelos de costeo. Un modelo de costeo es un conjunto de supuestos y relaciones básicas en que se sustenta una técnica de costeo (conjunto de procedimientos específicos utilizados para la determinación de un costo). Dichos modelos se definen por la consideración de la “necesariedad” de los factores para lograr el objetivo. Es aquello que se considera necesario que forme parte del costo según el objetivo que se persigue. Con lo cual, existen los siguientes modelos de costeo (Cartier & Osorio 1992):

Según cuánto de cada factor se considera “necesario”:

- Modelo de costeo resultante: en el que la cantidad es la real, la utilizada. Es decir, todos los factores realmente consumidos forman parte del costo. Los datos son obtenidos luego del proceso (ex-post).

- Modelo de costeo normalizado: en el que la cantidad es la normal pautada. Los valores tanto para el componente físico como monetario se obtienen antes del proceso (ex-ante). Los factores realmente consumidos se dividen en: los costos normales de los objetivos obtenidos y los costos excedentes que formarán parte de “otros resultados”.

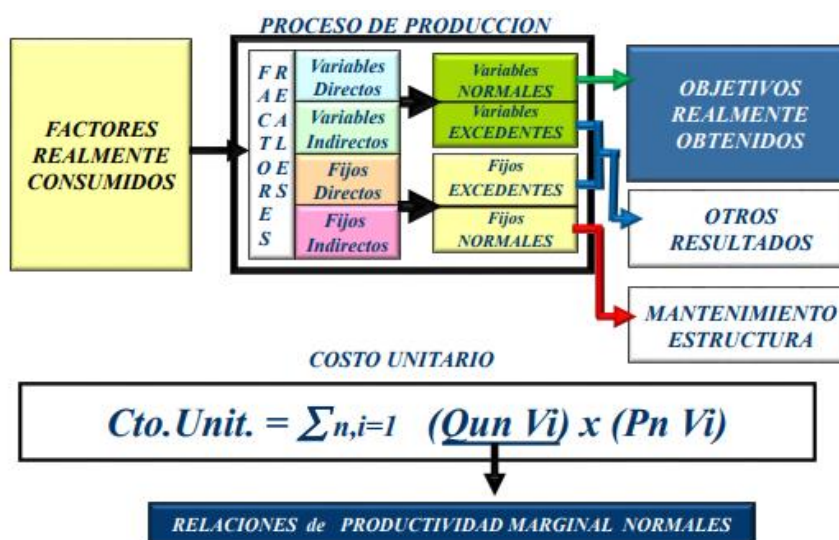
Según cuáles factores se consideran necesarios:

- Modelo de costeo completo: aquellos que considera todos los factores como necesarios, es decir, tanto fijos como variables.
- Modelo de costeo variable: considera necesarios aquellos factores que son sensibles a cambios de volúmenes de producción. Es decir, factores que tienen un comportamiento variable.

Estos cuatro modelos no se dan, en la realidad, de forma pura. Es decir, se combinan según el objetivo y la finalidad que se busca en la determinación de los costos.

Desarrollaremos una de las combinaciones de modelos, costeo variable normalizado, la cual es la que mejor se adapta al objetivo de obtener el costo de los productos que se van a exportar, para luego determinar su precio.

En este modelo solo se van a considerar costos los variables normalizados, es decir aquellos factores consumidos que tienen un comportamiento variable y que a su vez se consideraron previamente como costos normales de producción. Para ello, se determina previamente lo que es una estructura de costos considerada normal, que luego esa estructura determinará la cantidad normal de factor utilizado para lograr un objetivo. Los costos fijos no forman parte del costo, sino que son considerados como costos de estructuras. Con lo cual, como mencionamos, lo único que se considera como costo del producto son los costos variables. Y, por último, la diferencia entre los costos realmente incurridos y los normalizados (que se van a tomar como costo del producto) se consideran como excedentes, con un tratamiento en particular.

Gráfico N° 1 : *Modelo de costo Variable Normalizado.*

Fuente: Elaborado por la Cátedra de “Costos para la Gestión” FCE- Universidad Nacional de Cuyo.

Una vez determinados los costos de producción variables normalizados, en nuestro caso, de los productos a exportar, se produce una serie de erogaciones que se realizan dentro de la operatoria propia de exportar. Estas erogaciones son tenidas en cuenta para el cálculo del precio del producto a exportar, tema que abordaremos en el capítulo II.

1.3 ANÁLISIS MARGINAL.

Un tema adicional que es menester desarrollar es el análisis marginal, el cual se define como un enfoque contributivo que busca analizar el proceso de generación de resultados, es decir, es un modo de mostrar cómo se generan los resultados mediante una serie de definiciones previas respecto de lo que se define como costo del producto y como costo diferido:

Costos del producto: son costos variables.

- Originados por la producción o comercialización de los bienes o servicios.
- Costos de hacer negocios (costo de operar).

- Costos que pueden diferirse a períodos futuros.

Costos del periodo: son costos fijos.

- Originados por la existencia de una estructura en condiciones de producir y vender.
- Costos de la empresa.
- Costos de estar en el negocio (estructura de la empresa).
- Costos que expiran en el periodo en que se incurren, se generan independientemente del volumen de actividad.

Este enfoque contributivo marginal puede analizarse desde la perspectiva de unidades físicas o desde los valores monetarios. A los efectos del presente trabajo analizaremos los conceptos que constituyen el análisis desde las unidades físicas, definiendo los siguientes valores:

- El margen de contribución unitario (mc) es la diferencia que surge de restar del precio unitario de cada producto, el costo variable unitario.

Margen de contribución = precio unitario (px) – costo variable unitario (cv).

- El margen de contribución total (MC) es la aptitud real que tienen las unidades a vender para cubrir los costos fijos. El mismo se calcula como:

Margen de contribución = margen de contribución unitario (mc) x cantidad vendida (Qx, volumen de actividad).

Por lo tanto, el resultado operativo (Ro) es la ganancia neta que queda después de deducir los costos fijos y variables. La fórmula para calcularlo es:

Resultado operativo = margen de contribución total (MC) – costos fijos totales (CF).

Al hacer estos cálculos, se pueden presentar tres situaciones:

- $MC > CF \rightarrow$ En este caso el Ro es positivo.
- $MC < CF \rightarrow$ En esta situación el Ro es negativo.

- $MC = CF \rightarrow$ Esta frente a una situación de nivelación.

Para el caso de la determinación del margen de contribución de los productos que se exportan, lo que interesa es el margen de contribución unitario que se obtiene por la venta del mismo producto tanto en un mercado interno como externo para la obtención de un margen de negociación dentro del cual el exportador puede determinar el precio. El desarrollo del cálculo de dicho precio y la comparación de ambos márgenes de contribución unitarios se abordará en el capítulo III.

2. LOS COSTOS EN EMPRESAS VITIVINÍCOLAS

2.1. LOS COSTOS DE EXPLOTACIÓN VIÑEDOS

Según la Teoría General del Costo, “existen tantos costos como esquemas tecnológicos”. Esto significa que cada productor genera una estructura de costos única, al aplicar criterios de manejo de costos diferentes, que produce una relación de consumo de factores distinta al de otro productor, por lo que se estima que existen tantos costos como productores hay.

Además, como mencionamos anteriormente, se debe reconocer el consumo de los factores de producción según su vínculo con el producto o resultado (costo directo e indirecto) y según su comportamiento (fijo o variable). De esta forma los costos directos podrán ser fijos o variables y los indirectos también. Un error en el criterio de clasificación del costo podría estar directamente relacionado con una decisión equivocada del gerente o administrador respecto a lo operativo o a lo estratégico.

En viticultura las actividades a costear que se tienen en cuenta varían según el caso. En términos generales algunas de las principales actividades a considerar son: la poda y la atada, la incorporación de sarmientos, la sistematización del riego, el mantenimiento de la estructura (reposición de trabas y alambres), el control de malezas, el control de hormigas, los

tratamientos fitosanitarios, la fertilización, el manejo en verde, la cosecha y el acarreo, entre otras.

En relación a los viñedos, existen diferentes métodos de conducción de crecimiento de la vid que varían según la calidad y la cantidad de uvas que se desean obtener, el clima del lugar, la variedad, la forma de cosechar y los sistemas de riego que se van a utilizar. Algunos de los más utilizados son el parral y los espalderos.

- Parral: sistema muy antiguo en el que se lleva a la planta a la parte superior, por encima de los alambres y los racimos quedan debajo, lo que permite mayor aireación de los mismos y menor probabilidad de enfermedades. Este método es muy importante en zonas bajas ya que los granos se encuentran en altura o también en áreas de mucho sol.
- Espaldero bajo: es un sistema tradicional de conducción en Mendoza, sobre todo en Luján de Cuyo, Maipú y Godoy Cruz, donde se encuentra asociado con el varietal de vino tinto Malbec. Tiene una altura máxima de un metro y medio, diseño simple, un par de cabeceros o postes cortos que hacen la función de estacones y un número variable de intermedios.
- Espaldero alto: tiene una altura máxima de un metro ochenta para las conducciones de canopia simple con posicionamiento ascendente de la vegetación y cuatro alambres fijos: el inferior de conducción, el segundo y tercero para sostener follaje y el cuarto de estructura.

Por otro lado, el sistema de poda elegido influye también en la cantidad y calidad de la producción. La poda consiste en la eliminación de partes vivas de la planta (sarmientos, brazos y partes del tronco) con el fin de modificar el hábito de crecimiento natural de la cepa, adecuándola a las necesidades del viticultor.

El tipo de poda debe adaptarse a las condiciones de la finca, al número de plantas por hectárea, la altura de cada cepa, la variedad de la uva, el tipo de vendimia (manual o mecánica) y el sistema de conducción del viñedo. Es la poda una de las prácticas de mayor influencia en la cantidad y calidad de la uva, por lo tanto, está en manos del viticultor saber elegir el sistema de poda más adecuado a cada variedad para lograr producciones rentables.

Dependiendo del tipo de conducción de la vid que presenta la plantación y por consiguiente el tipo de poda que se adapte a ella, son las actividades que se llevarán a cabo para la primera parte del proceso de explotación del viñedo y como consecuencia de los costos de dichas actividades.

En cuanto a la mecanización de los cultivos, incrementar dicha mecanización es una forma de reducir costos. En el sistema de cultivo en espaldera, por ejemplo, la posibilidad de mecanizar el cultivo es casi total.

La realización de la vendimia en Mendoza abarca un lapso prolongado de tiempo, en esta etapa se involucran diferentes factores, según el tipo de cosecha utilizado en la actividad.

Existen diversos sistemas de cosecha, mencionamos los tres más utilizados en la actualidad:

- Cosecha manual: sistema tradicionalmente utilizado en la vitivinicultura local que requiere importante mano de obra para su desarrollo.

- Cosecha asistida: sistema en el cual el personal que se encarga de la recolección de la uva es asistido por bines y/o carros. Esto permite mejores condiciones laborales lo que se traduce en un sistema más eficiente y productivo.

- Cosecha mecanizada: sistema que utiliza máquinas cosechadoras y por tanto requiere muy poca presencia de mano de obra.

Los costos de cosecha manual están determinados por los siguientes factores:

- Cuadrilla: cantidad de cosechadores
- Ficha: Se abona por cada tacho cosechado. Se aclara que el precio de la ficha es una variable con alta dispersión y que depende fundamentalmente de las condiciones de la finca (si la cosecha resulta simple o dificultosa), del tipo de vid (parral o espaldero), del rendimiento de cada planta, de la zona donde esté ubicado el viñedo. Es decir que intervienen numerosas variables en su negociación y determinación. Como regla general, a mayor rendimiento, la cosecha se torna más ágil y sencilla, por lo cual el precio del tacho es menor. Por el contrario, para el caso de uvas varietales cuyo rendimiento suele ser menor, la ficha se paga más cara.
- Fichero: Es el responsable de que los cosechadores se presenten a trabajar, esta tarea se abona con 1 ficha por qq cosechado. También cumple las funciones de recorredor y sacahojas.
- Acarreo: flete. Se determina por quintal y en función de la distancia recorrida.

La cosecha manual, actualmente sigue siendo el método predominante como forma de cosechar la vitivinicultura local. Es un sistema con mano de obra intensiva y dependiente, con lo cual la disponibilidad de los obreros de viña es crucial para poder hacer la labor correctamente. La variable determinante para costear esta labor está dada por el precio de la ficha que se negocie, siendo éste un valor con dispersión y variabilidad dependiendo de la zona, de la variedad a cosechar y su rendimiento, de la condición y sanidad de la planta, como también de la temporada. El flete es otro factor que determina los costos y puede variar en función del precio de los combustibles y del factor trabajo del sector transporte.

Dentro de las actividades del ciclo, la cosecha es una de las labores de mayor peso relativo, alrededor del 25% de los costos totales de producción (ACОВI, 2019), con lo cual la eficiencia en esta labor repercute directamente en la rentabilidad del productor.

Para el caso de la cosecha asistida con bines los factores que determinan el costo de cosecha son:

- Cantidad de bines: se debe considerar la cantidad de tachos que recepta cada bin.

- “Fichón”: Es el equivalente a la “ficha” pero se abona por bin cosechado.

Si bien sigue siendo una actividad que requiere del factor trabajo, al mejorar la eficiencia con el método asistido, se requiere menor cantidad de personas para cosechar una misma superficie. Evitando en algunos casos la función del cuadrillero y se puede suprimir también las acciones de recorredor y sacahojas, ya que se supone que se cosecha de forma más limpia y ordenada por tener más tiempo y menor esfuerzo físico que en el caso de cosecha manual.

- Tractorista: Se contrata un tractorista para que opere el tractor viñatero.

- Acarreo (flete): Determinado en función de la distancia recorrida.

- Combustibles: Para el tractor y el elevador- volcador estático

La cosecha asistida es una alternativa más tecnificada que permite aumentar la productividad al tiempo que mejora las condiciones del trabajo manual. La cosecha asistida se posiciona como una opción más económica frente al método tradicional, ya que puede existir un ahorro de recursos para el productor. Si bien el factor trabajo sigue siendo un factor relativo importante en la conformación de los costos, una finca puede ser cosechada con un 33% menos de mano de obra en similares tiempos (ACОВI, 2019). Es decir que la productividad de cada trabajador se incrementa pudiendo cosechar la misma finca con un

tercio menos de mano de obra. Aun así, es necesario tener presente la necesidad de efectuar una inversión inicial para la compra del equipamiento necesario.

Se debe tener presente el tamaño de finca para decidir adquirir el kit de cosecha (compuesto por los bines y el elevador-volcador estático) o bien, analizar la alternativa de contratar un prestador del servicio de cosecha asistida completo.

Existen beneficios enológicos que se obtienen por este sistema de cosecha frente al manual, ya que la cosecha se efectúa en mejores condiciones, permitiendo que la uva llegue a la bodega más limpia y con menor daño. Pueden existir múltiples variaciones en el costo de esta modalidad dependiendo de las características de la finca y del método y equipo que se utilice.

Respecto a la cosecha mecanizada existen diversas opciones para realizarla. Una de ellas puede ser el alquiler de la máquina cosechadora contratando el servicio a un tercero.

Los factores que pueden intervenir en el costo de cosecha son:

- Servicio de alquiler de cosechadora.
- Se suele considerar un monto por daños y reposiciones de palos y maderas de sostén.
- Acarreo (flete): En función de la distancia recorrida.

Por los factores intervinientes en este método se infiere que es un sistema simple en cuanto a su gestión, requiriendo muy poca mano de obra para su desarrollo. También presenta continuidad y agilidad en la labor, puesto que una máquina puede operar si se precisa 24 horas continuas. Presenta además economías de escala conforme aumenta el rendimiento, presentando menores costos conforme el rendimiento se incrementa. No obstante, se deben tener presente las limitaciones en cuanto a tipo de viñedo (sólo apto para espaldero), la necesidad de capacidad por parte de la bodega para la recepción de la cosecha en forma

continua (infraestructura necesaria), los daños que se producen en el viñedo luego del ingreso de la máquina y la imposibilidad de selección de racimos (menor calidad de cosecha).

2.2. LOS COSTOS DE ELABORACIÓN DEL VINO

En cuanto a los costos de elaboración del vino, se tomó como referencia el informe sobre costos de cosecha elaborado por el Observatorio de la Asociación de Cooperativas Vitivinícolas Argentina (2019), el cual menciona los principales indicadores de costos a tener en cuenta como punto de partida para realizar el costeo del proceso de elaboración del vino.

El mencionado informe define el costo total, de forma simplificada para generalizar un parámetro que sirva de indicador de costos, de la siguiente manera:

COSTO TOTAL = COSTO de MATERIA PRIMA (UVA) + COSTOS de ELABORACIÓN (COSTOS VARIABLES) + COSTO de MANO DE OBRA + COSTO de ENERGÍA ELÉCTRICA + COSTO de MANTENIMIENTO MAQUINARIA (COSTOS FIJOS)

El insumo primario, la uva, representa generalmente (cada bodega tiene un esquema productivo único) más del 94% del costo variable de producción, siendo determinante su precio en la estructura de costos de cada establecimiento.

El costo de elaboración del vino tinto común, en general, es menor y la diferencia radica en que el precio de las uvas varietales suele ser mayor que el de las uvas utilizadas en el vino tinto común.

Otra diferencia en los costos se debe a que el rendimiento de la uva para vino blanco no es el mismo que para vino tinto. El rendimiento de la uva para vino blanco es mayor que para la

uva de vino tinto (200 quintales para uva de vino blanco y 150 quintales para uva de vino tinto).

La energía eléctrica y los insumos de elaboración, suelen representar más del 40% de los costos de elaboración del vino como producto primario.

En cuanto al factor trabajo que requiere el proceso de elaboración del vino, el informe de ACOVI estima que se elaboran 175 litros en una hora hombre. Como mencionamos, depende del esquema productivo de cada establecimiento y además se reconoce que el factor trabajo depende del tipo de vino que se elabore. Además, la actividad productiva vitivinícola se destaca por la necesidad de factor trabajo intensivo que suele representar el 43% de los costos, el 25% corresponde a maquinaria y rodados, el 18% a pago de servicios e impuestos (incluye aportes patronales) y el 14% a agroquímicos. Por lo tanto, si a la mano de obra le sumamos las cargas patronales, este factor representaría casi el 60% de los costos totales.

Todos estos factores deben definirse claramente ya que influyen en el costo del vino. Además, es importante tener claro el tipo de vino que se desea producir, el mercado al que apunta y el precio al que se va a vender el producto.

CAPÍTULO II: LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS Y SU COSTO

En este segundo capítulo lo que buscamos fue definir lo que es una exportación e investigar acerca de cuáles son los trámites y documentos necesarios para llegar a realizar esta operación exitosamente.

También investigamos acerca de los incentivos, tanto impositivos como aduaneros, existentes actualmente para justamente incentivar la exportación. Y por último estudiamos el principal mercado exterior al cual nuestra empresa bajo análisis exporta sus productos.

1. EXPORTACIÓN

1.1. ¿QUÉ ES EXPORTAR?

En términos simples se podría decir que exportar es enviar o vender un producto de la tierra o de la industria a un país extranjero.

Según figura en la página web de la Administración Federal de Ingresos Públicos de nuestro país, se denomina exportación a la extracción de cualquier mercadería de un territorio aduanero.

El Código Aduanero Argentino define "territorio aduanero" como la parte del ámbito "terrestre, acuático y aéreo sometido a la soberanía de la Nación Argentina, en la que se aplica un mismo sistema arancelario y de prohibiciones de carácter económico a las importaciones y a las exportaciones". Ley 22415 República Argentina (1981).

1.2. ESTÍMULOS O BENEFICIOS DE LA EXPORTACIÓN.

- **Impuesto al Valor Agregado:** Como se establece en la ley del impuesto al valor agregado, Ley 20631, estarán exentas del gravamen las exportaciones, entendiéndose por éstas a la salida del país con carácter definitivo de bienes y servicios transferidos a título oneroso, así como la remisión de sucursal o filial local a sucursal, filial o casa matriz del exterior. La salida del país se considera configurada con el cumplimiento de embarque.

- **Impuesto a los Ingresos brutos:** Según el código fiscal de Mendoza, se establece que los ingresos provenientes de exportaciones, entendiéndose por éstas las ventas de bienes o servicios efectuadas al exterior por el exportador, se encuentran exentas del gravamen.

- **Impuestos internos:** Tal como establece la ley de promoción de exportaciones, Ley 23101 (República Argentina, 1984), en caso de exportarse productos gravados por este impuesto, serán exceptuados del gravamen. Se establece como beneficio general que las devoluciones y acreditaciones de impuestos internos están actualizadas en forma tal que garanticen al exportador la restitución en términos reales del impuesto abonado.

- **Recupero IVA:** Según el artículo 43 de la Ley del impuesto al valor agregado se establece que los exportadores podrán computar contra el impuesto que en definitiva adeuden por sus operaciones gravadas, el impuesto que por bienes, servicios y locaciones que destinaron efectivamente a las exportaciones o a cualquier etapa en la consecución de las mismas, les hubiera sido facturado, en la medida en que el mismo esté vinculado a la exportación y no hubiera sido ya utilizado por el responsable. En este aspecto es importante tener en cuenta que existen dos tipos de exportadores:

1-Aquellos que exportan la totalidad de sus productos, al no existir ventas en el mercado local no se genera débito fiscal, por lo cual todo el crédito fiscal facturado por sus proveedores de insumos y servicios es acumulado como saldo a favor.

2-Y por otro lado están aquellos exportadores que efectúen ventas conjuntamente en el mercado local y en el mercado externo, al realizar ventas en el mercado local se genera un débito fiscal el cual podrá ser cancelado tanto con el crédito fiscal vinculado al mercado interno como el vinculado a las exportaciones.

Es importante mencionar que si bien este es un beneficio se produce actualmente en un plazo aproximado de 45 días, ya que los montos de reintegro son elevados, produciendo esto

perjuicios adicionales como pueden ser la erosión de la capacidad crediticia de las empresas, especialmente en empresas pequeñas y medianas, también produce la imposibilidad de aplicación de los fondos a inversión, empleo, capital o trabajo.

También hay que tener en cuenta que genera un costo administrativo, ya que esto se debe dejar en manos de especialistas en recuperar que podrían cobrar hasta un 10% del total del monto a recuperar, también hay gastos por certificaciones, y un esfuerzo de la administración para llevar a cabo el trámite.

Estímulos aduaneros:

Draw-back: es un régimen aduanero a través del cual se permite la devolución parcial o total de los derechos o impuestos pagados por materias primas, embalajes y envases importados que se utilicen en el proceso de elaboración de mercaderías para exportar. Esto se establece en el artículo 820 del código aduanero. Decreto 1012/91.

Reintegros: según el artículo 825 del código aduanero, el régimen de reintegros es aquél en virtud del cual se restituyen, total o parcialmente, los importes que se hubieran pagado en concepto de tributos interiores por la mercadería que se exportará para consumo a título oneroso o bien, por los servicios que se hubieren prestado con relación a la mencionada mercadería. El régimen de reintegros es compatible con el de drawback.

Reembolsos: Tal como establece el artículo 827 del código aduanero, el régimen de reembolsos es aquél en virtud del cual se restituyen, total o parcialmente, los importes que se hubieran pagado en concepto de tributos interiores; así como los que se hubieren podido pagar en concepto de tributos por la previa importación para consumo de toda o parte de la mercadería que se exportare para consumo a título oneroso o bien, por los servicios que se hubieren prestado con relación a la mencionada mercadería.

2. INCOTERMS

Los Incoterms son un conjunto de reglas para la interpretación de los términos más utilizados en el comercio internacional. Procuran evitar, o al menos reducir, los conflictos entre las partes.

Según la Cámara Internacional de Comercio, las reglas de Incoterms definen responsabilidades importantes de compradores y vendedores para la entrega de bienes bajo contratos de venta. Son las reglas autorizadas para determinar cómo se asignan los costos y riesgos a las partes. Las reglas de los Incoterms se incorporan regularmente en los contratos de venta de bienes en todo el mundo y se han convertido en parte del lenguaje comercial diario.

La Cámara Internacional de Comercio (ICC) publicó las primeras reglas Incoterms en 1936. Las hemos mantenido y desarrollado desde entonces, actualizándose constantemente.

Los incoterms se actualizaron por última vez en el 2020, aunque Incoterms 2010 se encuentra todavía en vigencia hoy.

Como se explica en la página de la Cámara internacional de comercio estas son las 11 reglas de la edición Incoterms 2010.

2.1. INCOTERMS PARA CUALQUIER MODO DE TRANSPORTE

- **EXW - Ex Works:** “Ex Works” significa que el vendedor entrega cuando pone la mercadería a disposición del comprador en las instalaciones del vendedor o en otro lugar designado (es decir, obra, fábrica, almacén, etc.). El vendedor no necesita cargar la mercancía en ningún vehículo recolector, ni necesita despachar la mercadería para la exportación, cuando dicho despacho sea aplicable.

- **FCA - Free Carrier:** “Free Carrier” significa que el vendedor entrega la mercancía al transportista u otra persona designada por el comprador en las instalaciones del

vendedor o en otro lugar designado. Se aconseja a las partes que especifiquen lo más claramente posible el punto dentro del lugar de entrega convenido, ya que el riesgo pasa al comprador en ese punto.

- **CPT - Transporte pagado hasta** "Transporte pagado hasta" significa que el vendedor entrega la mercancía al transportista u otra persona designada por el vendedor en un lugar acordado (si tal lugar se acuerda entre las partes) y que el vendedor debe contratar y pagar los costos de transporte necesarios para llevar la mercancía al lugar de destino convenido.

- **CIP - Transporte y seguro pagados hasta** "Transporte y seguro pagado hasta" significa que el vendedor entrega las mercancías al transportista u otra persona designada por el vendedor en un lugar acordado (si se acuerda dicho lugar entre las partes) y que el vendedor debe contratar y pagar los costos de transporte necesario para llevar las mercancías al lugar de destino convenido. El vendedor también contrata una cobertura de seguro contra el riesgo del comprador de pérdida o daño de la mercancía durante el transporte. El comprador debe tener en cuenta que, según el CIP, el vendedor debe obtener un seguro solo con una cobertura mínima. Si el comprador desea tener más protección de seguro, deberá acordar expresamente con el vendedor o hacer sus propios arreglos de seguro adicionales.

- **DAT - Entregado en la terminal** "Entregado en la terminal" significa que el vendedor entrega cuando la mercancía, una vez descargada del medio de transporte de llegada, se pone a disposición del comprador en una terminal designada en el puerto o lugar de destino convenido. "Terminal" incluye un lugar, ya sea cubierto o no, como un muelle, almacén, patio de contenedores o terminal de carga terrestre, ferroviaria o aérea. El vendedor

asume todos los riesgos relacionados con el transporte y la descarga de las mercancías en la terminal del puerto o lugar de destino convenidos.

- **DAP - Entregado en el lugar** “Entregado en el lugar” significa que el vendedor entrega cuando la mercancía se pone a disposición del comprador en el medio de transporte de llegada listo para descargar en el lugar de destino convenido. El vendedor asume todos los riesgos que implica llevar la mercancía al lugar convenido.

- **DDP - Entregado con derechos pagados** “Entregado con derechos pagados” significa que el vendedor entrega la mercancía cuando la mercadería se pone a disposición del comprador, despachada para la importación en el medio de transporte de llegada lista para descargar en el lugar de destino convenido. El vendedor asume todos los costos y riesgos involucrados en llevar las mercancías al lugar de destino y tiene la obligación de despachar las mercancías no solo para la exportación sino también para la importación, pagar cualquier derecho de exportación e importación y realizar todas las aduanas. formalidades.

2.2. INCOTERMS PARA EL TRANSPORTE MARÍTIMO Y POR VÍAS INTERIORES

- **FAS - Franco al costado del buque** “Free Alongside Ship” significa que el vendedor entrega cuando las mercancías se colocan al costado del buque (por ejemplo, en un muelle o una barcaza) designado por el comprador en el puerto de envío convenido. El riesgo de pérdida o daño de la mercancía pasa cuando la mercancía está al costado del barco, y el comprador corre con todos los costos a partir de ese momento.

- **FOB - Gratis a bordo** “Franco a bordo” significa que el vendedor entrega las mercancías a bordo del buque designado por el comprador en el puerto de envío convenido o adquiere las mercancías ya entregadas. El riesgo de pérdida o daño de la mercancía se

transmite cuando la mercancía está a bordo del buque, y el comprador corre con todos los costos a partir de ese momento.

- **CFR - Costo y flete** “Costo y flete” significa que el vendedor entrega la mercadería a bordo del buque o adquiere la mercadería ya entregada. El riesgo de pérdida o daño de las mercancías se transmite cuando las mercancías están a bordo del buque. el vendedor debe contratar y pagar los costos y el flete necesarios para llevar la mercadería al puerto de destino convenido.

- **CIF - Costo, seguro y flete** “Costo, seguro y flete” significa que el vendedor entrega la mercancía a bordo del barco o adquiere la mercadería ya entregada. El riesgo de pérdida o daño de las mercancías se transmite cuando las mercancías están a bordo del buque. El vendedor debe contratar y pagar los costos y el flete necesarios para llevar la mercadería al puerto de destino convenido. El vendedor también contrata una cobertura de seguro contra el riesgo del comprador de pérdida o daño de la mercancía durante el transporte. El comprador debe tener en cuenta que, según el CIF, el vendedor debe obtener un seguro solo con una cobertura mínima. Si el comprador desea tener más protección de seguro, deberá acordar expresamente con el vendedor o hacer sus propios arreglos de seguro adicionales.

3. ASPECTOS RELEVANTES PARA LA EXPORTACIÓN

3.1. COSTOS A TENER EN CUENTA AL MOMENTO DE EXPORTAR

Para poder identificar los costos a la hora de exportar hay que tener en cuenta como punto de partida los conceptos desarrollados sobre los Términos de Negociación Internacional, INCOTERMS, y considerar el valor del producto en la fábrica en el país de origen. A continuación, se enuncian los costos que son parte de una exportación.

- Costos en el país exportador: son aquellos costos a pagar desde la fábrica del vendedor hasta el puerto aeropuerto o el sitio acordado para la entrega dentro del territorio del país de origen o país exportador, estos pueden ser empaque, embalaje, documentación, seguro, documentación aduanera, gastos bancarios y agentes, etc.
- Costos de tránsito internacional: son aquellos costos a pagar desde el puerto, aeropuerto o el sitio acordado para la entrega de la mercadería en el país de origen hasta el puerto aeropuerto o sitio acordado de recepción de mercadería en el país de destino. Estos pueden ser manipuleo al embarque, seguro, manipuleo al desembarque, transporte, almacenaje, etc.
- Costos en el país importador: son aquellos a pagar desde el puerto, aeropuerto o sitio acordado para la recepción de la mercancía en el territorio del país importador, hasta la fábrica del comprador. Estos pueden ser manipuleo en el lugar de desembarque, almacenaje, seguro, transporte, manipuleo en el local del importador, documentación aduanera, gastos bancarios y agentes.

3.2. TRÁMITES A CONSIDERAR A LA HORA DE EXPORTAR

Inscripciones:

- Inscripción en DGA: es el primer requisito para realizar una operación de exportación el estar inscripto en el registro de exportadores e importadores de la República Argentina. Esta inscripción es obligatoria y se realiza por única vez en la Dirección general de Aduanas (DGA), el mismo se realiza vía internet en el sitio web de AFIP y luego en forma presencial en la delegación correspondiente. El trámite es gratuito.
- Inscripción en el INV: tanto personas jurídicas como personas humanas que quieran exportar productos vitivinícolas deben inscribirse previamente en el Registro de Exportadores del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV). El trámite al igual que en AFIP es gratuito y es personal en la delegación del INV que corresponda.

3.3. DOCUMENTACIÓN A CONSIDERAR A LA HORA DE EXPORTAR

- Contrato de compraventa internacional: Es el acuerdo de voluntades celebrado entre partes domiciliadas en países diferentes, a través del cual se transfiere la propiedad de mercancías que serán transportadas a otro territorio, teniendo como contraprestación el pago de un precio.
- Factura proforma: La factura proforma es el documento que detalla la operación comercial que luego incluirá la factura definitiva, es útil para adelantar trámites, pero no tiene validez comercial ni fiscal.
- Factura de exportación electrónica: La factura de exportación, es el documento comercial legal para realizar una exportación, identificada con la letra E.
- Certificado de origen: es uno de los documentos básicos requeridos para exportar, mediante el cual además de certificar la procedencia de la mercancía, también se identifica el país donde fue fabricada, y el mismo se emite en caso que el exportador lo solicite, hay que autenticarlo por la Cámara de Comercio correspondiente y debe contener la firma del exportador y la de un notario.
- Certificado de calidad.
- Certificado de análisis: El Certificado de Análisis se utiliza para verificar que las mercancías exportadas se ajustan a unos parámetros, principalmente de carácter físico-químico, tales como composición, humedad, acidez y otros, que se corresponden con lo pactado en las condiciones de venta del producto. Se utilizan sobre todo para productos de alimentación, vinos y alcoholes, productos químicos y farmacéuticos.
- Certificado fitosanitario: es la aplicación de procedimientos destinados a dar cumplimiento a requisitos fitosanitarios establecidos por el Organismo Nacional de Protección Fitosanitaria (ONPF) del país importador.

- Lista de empaque: Certificado que contiene información detallada acerca de las características de la mercancía que se deposita a bordo del medio de transporte.
- Pólizas de seguro: El Seguro de Crédito a la Exportación es un mecanismo de coberturas que protege a los exportadores contra los Riesgos Ordinarios y Extraordinarios del Comercio Internacional, permitiendo a los mismos resarcirse de los daños ocasionados por determinados acontecimientos que pudieren impedir el cobro o recuperación de los créditos acordados a sus compradores en el exterior.
- Visación consular.

Documentación aduanera:

- Permiso de embarque: documento aduanero que se confecciona a través del sistema informático maria (SIM). Permite que la mercadería pueda salir del país rumbo a destino, contiene información precisa sobre el producto que se envía al exterior.

4. MERCADO EXTERNO. ANÁLISIS DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.

Es de vital importancia, a la hora de decidir exportar un producto para insertarlo en el mercado externo, realizar un conocimiento exhaustivo por parte de la empresa, para dimensionar el mercado de destino y conocer los principales requisitos para planificar una exportación. Se tomó el mercado de Estados Unidos por ser uno de los principales mercados a los que la empresa que tomamos como unidad de análisis exporta vinos fraccionados.

4.1. CONSUMIDORES ESTADOUNIDENSES

Según el estudio realizado por la embajada argentina en Estados Unidos realizado en 2019, el mercado de vino en Estados Unidos ha crecido en aproximadamente un 3% en sus ingresos anuales. Las principales razones tienen que ver con la baja en el desempleo y el aumento en los salarios que dota a los ciudadanos de un mayor ingreso disponible y deciden invertir en

mejores vinos. Además, los consumidores buscan vinos más sofisticados, prefiriendo vinos de mejor calidad.

La sofisticación del consumidor no refiere exclusivamente a que ahora elijan vinos más caros o mejores, pero sí a que el consumidor está más interesado en el proceso de elaboración del vino, si bien el precio sigue siendo un factor sumamente importante para los consumidores, también lo es la región, el varietal, la etiqueta o el año de cosecha.

El consumidor busca una experiencia más amplia, no se satisface únicamente consumiendo el vino. Se ha derribado el pensamiento de antaño que el vino “se vendía sólo”. Esto presenta un desafío importante para los productores o exportadores argentinos, porque es difícil de imitar el modelo de degustaciones (Wine tastings) que han adoptado muchos dentro de EEUU, donde se les brinda a los consumidores un espacio de mayor inmersión a la industria del vino y a los mismos productos, es un lugar donde pueden interiorizarse sobre la región donde se producen los vinos y sus particularidades. Al degustar un número mayor de etiquetas los consumidores pueden elegir qué vino encaja mejor con sus preferencias con menor riesgo a equivocarse. Por esto es muy relevante la participación en ferias o distintos eventos que se realizan dentro del país, son valiosas oportunidades para atraer nuevos clientes.

Se espera que en los próximos años el gasto per cápita en alcohol a nivel nacional siga creciendo al igual que los ingresos disponibles, por lo cual el éxito de la industria dependerá de acercar a los consumidores a productos de alto margen de ganancia. Los vinos argentinos tienen buena recepción, en general, en el público estadounidense. Resulta fácil encontrar vinos argentinos en distintos lugares de expendio de bebidas alcohólicas como los supermercados, las licorerías, bares y restaurantes. Destacándose al varietal Malbec como el mayor exponente vitivinícola argentino, cabe destacar la oportunidad para otros varietales

más populares en EEUU con gran presencia y nivel en Argentina como el Cabernet Sauvignon, Merlot o el Syrah, también cuentan con una gran oportunidad los varietales de uvas blancas, como Chardonnay o Sauvignon Blanc, al igual que para los varietales rosados, estos vinos tienen gran aceptación en el público estadounidense, especialmente en las personas más jóvenes.

4.2. ESTADÍSTICAS DE IMPORTACIÓN

Según la ficha de mercado elaborada por la embajada argentina en Estados Unidos, nuestro país es el principal proveedor del mercado en América Latina, pero el sexto en origen de importación en comparación a todos los proveedores. Durante el período 2016- 2018, su market share ha disminuido de un 4,9% a un 4,2%, con una caída del 3,9% de las ventas.

Tabla n°1: *Principales orígenes de importación de vinos, espumantes y bebidas fermentadas a base de uva- Miles de Us\$.*

Paises	2016	2017	2018	Ene/Nov 2018	Ene/Nov 2019
Francia	1,530,686,526	1,756,968,916	1,949,158,467	1,806,683,920	1,920,071,269
Italia	1,688,071,612	1,740,951,038	1,848,046,540	1,694,513,581	1,677,571,715
Nueva Zelanda	400,087,698	423,442,746	436,848,168	409,524,949	426,969,685
Australia	354,997,987	366,506,169	320,949,694	290,394,994	275,301,764
España	290,796,393	302,986,814	305,918,604	282,606,445	279,897,457
Argentina	252,581,904	249,673,426	242,493,904	222,025,975	200,778,465
Chile	273,495,105	270,515,441	224,133,187	208,484,082	200,374,555
Alemania	103,739,563	108,578,006	102,514,068	94,096,765	92,016,453
Portugal	45,381,004	50,114,486	57,024,320	53,272,127	56,106,319
Sudáfrica	39,979,561	47,587,131	43,729,223	41,015,217	38,026,160
Subtotal	4,979,817,353	5,317,324,173	5,530,816,175	5,102,618,055	5,167,113,842
Total General	5,104,462,479	5,448,301,969	5,679,969,683	5,238,657,608	5,316,316,935

Fuente: Ficha de Mercado elaborada por la Embajada de Argentina en EEUU

Tabla n°2: *Principales productos exportados desde Argentina- Miles de US\$.*

PERIODO	TINTO	ESPUMANTE	BLANCO	TOTAL EXPORTADO
2016	210,851,710	1,683,311	18,199,414	230,734,435
2017	210,955,715	1,576,471	17,325,095	229,857,281
2018	213,233,493	1,971,357	13,601,422	228,806,272
Ener-Nov 2018	194,742,171	1,727,207	12,493,275	208,962,653
Enero-Nov 2019	175,873,560	1,927,890	12,548,542	190,349,992

Fuente: Ficha de Mercado elaborada por la Embajada de Argentina en EEUU

Gráfico n°2: *Importaciones de Estados Unidos de vino por tipo- Miles de US\$.*



Fuente: Ficha de Mercado elaborada por la Embajada de Argentina en EEUU

5. DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Al momento de decidir exportar se debe determinar cómo se cotiza el producto en el exterior, para esto es necesario realizar un análisis del mercado a los que se pretende llegar, luego de llevar a cabo esta investigación de mercado se debe cotizar el precio al que será vendido.

Se parte del precio de importación promedio en el mercado del destino del producto a cotizar y del propio costo de exportación del producto a cotizar obteniendo entre estos dos valores un margen de negociación.

Otro tema a tener en cuenta es la utilización de la capacidad productiva de la empresa, de esta forma si la entidad está operando a plena capacidad el precio será aquel en que por lo menos el margen de contribución en el mercado exterior iguale al margen de contribución del mercado interno; por otro lado, si está operando con capacidad ociosa, el precio de exportación será igual al costo variable de exportar; ya que el precio para exportar debe cubrir por lo menos esos costos, entonces:

Si entidad está operando a plena capacidad:
$mc (E) = mc (I)$, donde:
$mc (E) =$ margen de contribución unitario para exportación. $mc (I) =$ margen de contribución unitario en el mercado interno.
Si entidad está operando con capacidad ociosa:
$P (E) = cv (E)$
$P (E) =$ precio de exportación $cv (E) =$ costo variable de exportación

Apuntar al mercado externo implica cotizar un precio que sea competitivo, para esto es necesario conocer lo más precisamente posible los costos que origina la actividad, este será el límite al que puede reducir el precio a cotizar sin tener pérdida. Lo correcto es partir del costo de producción al que se le debe anexar aquellos costos necesarios para colocarlo en el mercado externo. Creemos muy importante entonces el determinar/investigar cuáles serán los costos en que se debe incurrir a la hora de exportar.

CAPÍTULO III: CASO BODEGA CORBEAU WINES

1. INTRODUCCION A LA EMPRESA BAJO ANÁLISIS

En este último capítulo del trabajo de investigación se busca mostrar, desde un caso práctico, todo lo investigado anteriormente, es decir cómo se aplican los temas antes expuestos en una bodega mendocina.

Para poder llevar a cabo este análisis de los costos en que incurren las empresas a la hora de exportar, visitamos la bodega Corbeau Wines y a través de una serie de entrevistas que realizamos a sus propietarios, logramos obtener la siguiente información.

Corbeau Wines, es una bodega que fue fundada en 1982 por sus actuales propietarios. Se encuentra en la zona este de Mendoza en el Dpto. de Gral. San Martín. Está conformada por tres socios bajo la figura de una sociedad de responsabilidad limitada.

La empresa se ha dedicado a la explotación de viñedos y elaboración de vinos finos y de traslado desde sus inicios. Actualmente es propietaria de 370 ha de plantación de diversos varietales de uvas tintas y blancas, distribuidas en 4 viñedos. Las cuales son utilizadas en el proceso de elaboración de vino de forma exclusiva ya que no compra uva a terceros. El 80% de la producción de vino se destina a vino de traslado tanto en mercado interno como externo y el 20% restante es fraccionado.

Las distintas variedades de vinos que comercializa son:

- Mad Bird reposado. Malbec
- Mad Bird dark. Malbec
- Mad Bird. Supremo. (Malbec 46%, Ancellotta 22%, Merlot 15%, Cabernet Sauvignon 8%, Sangiovese 5%, Syrah 4%)
- Pixels Ancellotta. Ancellotta (100%)
- Pixels Malbec. Malbec (100%)

- Pixels Malbec - Syrah - Ancellotta (50% Malbec, 30% Syrah, 20% Ancellotta)
- Pixels Chardonnay. Chardonnay (100%)
- Pixels Sweet. (70 % Torrontés Riojano, 15 % Sauvignon Blanco, 15% Chardonnay)

Comenzó a expandirse en el 2017 realizando exportaciones a Brasil y EEUU, actualmente es EEUU el principal mercado al que se exporta. Los productos exportados representan el 5% de la producción de vinos finos fraccionados.

Hoy en día la familia Rodriguez está a la vanguardia en el proceso de producción por la tecnificación con la que cuenta en la bodega y además presentan instalaciones de riego por goteo en sus fincas.

El personal actual está conformado por cuatro empleados en bodega, uno en laboratorio y dos en puestos administrativos. En época de cosecha los empleados son contratados temporalmente.

En cuanto a los costos si bien es una empresa sin un sector especializado en costos, cuentan con un acabado conocimiento acerca de las herramientas existentes y cuáles son las más convenientes para este tipo de actividades.

Esta bodega aplica el Método de Costeo Basado en Actividades, el cual consideran el más conveniente para su empresa. Siendo esta herramienta suficiente para conocer sus costos, con lo cual es la única que aplican.

La empresa lleva esta metodología a través de un sistema computarizado que permite que sea ejecutada por personal administrativo que además realiza otras tareas, sin necesidad de destinar gran parte del presupuesto a la aplicación de la herramienta.

A continuación, se desarrollará el proceso de elaboración del vino de la bodega bajo análisis:

1°Pesada: Luego de cosechada la uva de la forma menos agresiva posible y transportada en camiones hacia la bodega cuidando que el grano no se deteriore por una excesiva presión, provocando una fermentación prematura. El producto ingresa y se procede a realizar la pesada de la uva.

2°Molienda: La descarga de la uva se realiza sobre una especie de pirámide invertida que, a modo de embudo, va depositando la uva sobre un "sin fin" que la conduce directamente a la estrujadora, previo análisis del fruto para determinar su estado sanitario y su contenido en azúcares y ácidos. La estrujadora presiona el grano lo justo para evitar que pepitas y raspones o escobajos se rompan y contaminen el mosto.

3° Maceración en caliente: Se macera en caliente la uva antes de la fermentación con el fin de obtener una mayor extracción del color. Para ello se introduce la uva en agua caliente (entre 70°C y 80°C) durante un pequeño periodo de tiempo, de forma tal que se caliente la piel, pero no la pulpa de la uva.

4°Prensado: La pasta resultante es trasladada por medio de la "bomba de impulsión de pastas" hasta las prensas, sin entrar en contacto con el aire para impedir el inicio de la fermentación. Si se trata de un vino tinto, antes de proceder al prensado se despalilla la pasta. A partir de aquí el proceso tomará distintos caminos, bien se trate de tintos, blanco o rosado.

5°Decantación: Este proceso se lleva a cabo en un tornillo sinfín que gira arrastrando los sólidos hacia la salida. Los sólidos secos se expulsan automáticamente. Durante el proceso de separación, el líquido clarificado rebosa a través de una abertura en el extremo cilíndrico de un rotor y se obtiene el producto limpio.

6° Fermentación alcohólica: En el proceso de fermentación del vino utilizan una gran variedad de levaduras. Muchas de ellas están presentes ya en la propia vid, en sus hojas, en el tronco, o en la propia piel de las uvas. El papel de estos microorganismos es clave en el proceso, sin embargo, pese a su importancia, cabe destacar su brevedad. La duración del proceso de fermentación es de aproximadamente 8 a 10 días.

8° Trasiego: Mediante el trasiego se trasvasa el vino de una pileta a otra. Se realiza mediante la ayuda de una bomba. En la etapa de trasiego se separan del vino heces y otras materias sólidas en suspensión (pozos) que han caído al fondo de las piletas. Hasta aquí el proceso es llevado a cabo en la bodega con maquinarias propias. Luego parte de la producción es depositada en barricas para obtener los vinos finos “reserva” y los vinos Premium 100% barricados.

9° Centrifugado: En la centrifugación se hace la separación de sólidos finos utilizando una centrífuga, donde se somete al líquido a limpiar a la fuerza de la gravedad multiplicada por valores muy elevados, logrando alcanzar un eficaz resultado en cuanto a la consecución de la total limpidez del vino.

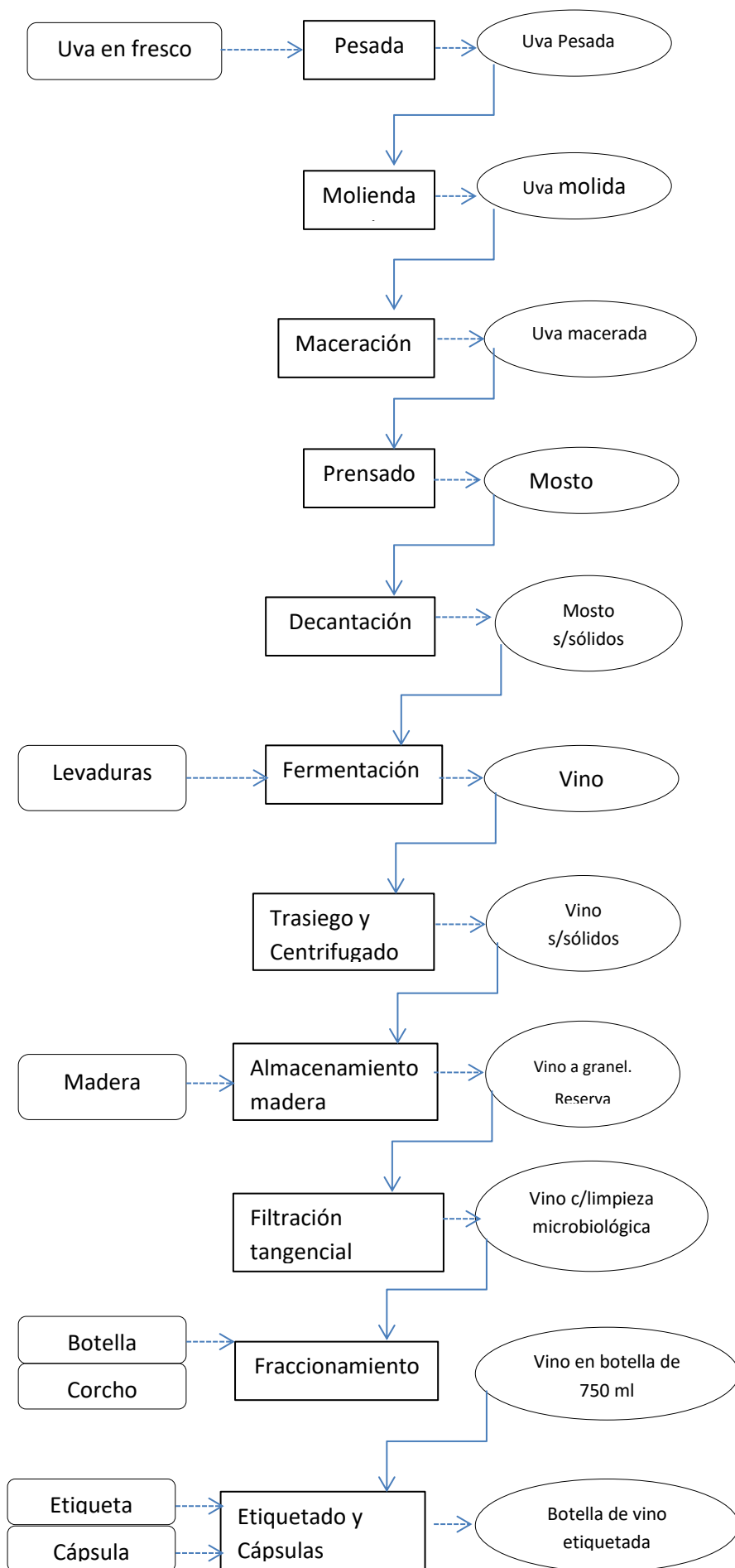
10° Almacenamiento en madera: comienzan la crianza en barrica, lugar donde el vino se almacena pudiendo oscilar este almacenamiento entre 24 y 36 meses según la categoría del mismo. Se utilizan barricas de roble francés para malbec reserva y cabernet reserva.

11° Filtración tangencial: Filtración tangencial. Con la filtración tangencial se consigue que las partículas retenidas, sean barridas de la superficie de la membrana, impidiendo la colmatación de la misma. Logrando una limpieza fina y microbiológica del líquido. Esta etapa del proceso está tercerizada.

12° Fraccionamiento. Este proceso se realiza en la bodega y está tercerizado. El fraccionamiento permite el paso del vino desde las vasijas mayores a las botellas, las que una vez llenas son tapadas, generalmente con corchos.

13°Etiquetado: Finalmente se procede al etiquetado de las botellas de vino y la colocación de cápsulas.

A continuación, se presenta el mapeo del proceso y factores productivos:



Fuente: elaboración propia.

2. ANÁLISIS DE LOS COSTOS Y DE LA EXPORTACIÓN.

Para lograr un análisis más profundo del caso, nos centramos en información relativa a los costos, obteniendo así los siguientes datos.

Optamos por centrarnos en los dos principales vinos que se exportan actualmente. Para esto solicitamos la información de los insumos para la producción de los mismos y su precio, pudiendo realizar con estos datos el siguiente análisis y llegando a obtener así cuál es el costo variable de producción.

Es importante aclarar que los precios son a diciembre del año 2020, al igual que el tipo de cambio que fue el correspondiente al 30 de diciembre del 2020.

Tabla n° 3.

BASE DE DATOS			
VARIETAL	FACTORES	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO POR UNIDAD DE MEDIDA
Malbec Reserva	Uva Malbec	Kilo	\$ 11,69
Malbec Reserva	Levaduras	Kilo	\$ 2.677,50
Malbec Reserva	Anhidrido sulfuroso	Kilo	\$ 535,50
Malbec Reserva	Barrica francesa	Litro	\$ 55,87
Malbec Reserva	Botella	Unidad	\$ 50,00
Malbec Reserva	Corcho Super	Unidad	\$ 3,57
Malbec Reserva	Etiqueta	Unidad	\$ 26,78
Malbec Reserva	Cápsulas	Unidad	\$ 2,23
Malbec Reserva	Separadores	Unidad	\$ 25,00
Malbec Reserva	Cajas	Unidad	\$ 50,00
Malbec Reserva	Palets	Unidad	\$ 1.000,00
Malbec Reserva	Energía	Kwh	\$ 0,39
Cabernet Reserva	Uva Cabernet	Kilo	\$ 9,30
Cabernet Reserva	Levaduras	Kilo	\$ 2.677,50
Cabernet Reserva	Anhidrido sulfuroso	Kilo	\$ 535,50
Cabernet Reserva	Barrica francesa	Litro	\$ 55,73
Cabernet Reserva	Botella	Unidad	\$ 50,00
Cabernet Reserva	Corcho Super	Unidad	\$ 3,57
Cabernet Reserva	Etiqueta	Unidad	\$ 26,78
Cabernet Reserva	Cpasula	Unidad	\$ 2,23
Cabernet Reserva	Separadores	Unidad	\$ 25,00
Cabernet Reserva	Cajas	Unidad	\$ 50,00
Cabernet Reserva	Palets	Unidad	\$ 1.000,00
Cabernet Reserva	Energía	Kwh	\$ 0,39

Tabla n°4.

Base de Datos - Factores necesarios para 1 Caja por 12 botellas de 750 cc				
VARIETAL	FACTORES	UNIDAD DE MEDIDA	COMPONENTE FISICO	
			Para una botella 0,75l	Cx12 bot 750cc
Malbec Reserva	Uva Malbec	Kilo	0,96	11,52
Malbec Reserva	Levaduras	Kilo	0,00015	0,00180
Malbec Reserva	Anhidrido sulfuroso	Kilo	0,00003	0,00036
Malbec Reserva	Barrica francesa	Litro	0,0005	0,006
Malbec Reserva	Botella	Unidad	1,00	12
Malbec Reserva	Corcho Super	Unidad	1,00	12
Malbec Reserva	Etiqueta	Unidad	1,00	12
Malbec Reserva	Cápsulas	Unidad	1,00	12
Malbec Reserva	Separadores	Unidad	0,08	1
Malbec Reserva	Cajas	Unidad	0,08	1
Malbec Reserva	Palets	Unidad	0,00	0,012
Malbec Reserva	Energía	Kwh	0,132	1,584
Cabernet Reserva	Uva Cabernet	Kilo	0,96	11,52
Cabernet Reserva	Levaduras	Kilo	0,00015	0,0018
Cabernet Reserva	Anhidrido sulfuroso	Kilo	0,00003	0,00036
Cabernet Reserva	Barrica francesa	Litro	0,0005	0,006
Cabernet Reserva	Botella	Unidad	1,00	12
Cabernet Reserva	Corcho Super	Unidad	1,00	12
Cabernet Reserva	Etiqueta	Unidad	1,00	12
Cabernet Reserva	Cápsulas	Unidad	1,00	12
Cabernet Reserva	Separadores	Unidad	0,08	1
Cabernet Reserva	Cajas	Unidad	0,08	1
Cabernet Reserva	Palets	Unidad	0,00	0,012
Cabernet Reserva	Energía	Kwh	0,132	1,584

Tabla n°5.

Base de Datos - Factores necesarios para 1 Caja por 12 botellas de 750 cc					
VARIETAL	FACTORES	UNIDAD DE MEDIDA	COMPONENTE FÍSICO	COMPONENTE MONETARIO	COSTO
			Cx12 bot 750cc	\$/U. Medida	Cx12 bot750cc
Malbec Reserva	Uva Malbec	Kilo	11,52	\$ 11,69	\$ 134,67
Malbec Reserva	Levaduras	Kilo	0,0018	\$ 2.677,50	\$ 4,82
Malbec Reserva	Anhidrido sulfuroso	Kilo	0,00003	\$ 535,50	\$ 0,02
Malbec Reserva	Barrica francesa	Litro	0,006	\$ 55,87	\$ 0,34
Malbec Reserva	Botella	Unidad	12	\$ 50,00	\$ 600,00
Malbec Reserva	Corcho Super	Unidad	12	\$ 3,57	\$ 42,84
Malbec Reserva	Etiqueta	Unidad	12	\$ 26,78	\$ 321,30
Malbec Reserva	Cápsulas	Unidad	12	\$ 2,23	\$ 26,78
Malbec Reserva	Separadores	Unidad	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Malbec Reserva	Cajas	Unidad	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Malbec Reserva	Palets	Unidad	0,012	\$ 1.000,00	\$ 11,90
Malbec Reserva	Energía	Khw	1,584	\$ 0,39	\$ 0,62
Cabernet Reserva	Uva Cabernet	Kilo	11,52	\$ 9,30	\$ 107,14
Cabernet Reserva	Levaduras	Kilo	0,0018	\$ 2.677,50	\$ 4,82
Cabernet Reserva	Anhidrido sulfuroso	Kilo	0,00003	\$ 535,50	\$ 0,02
Cabernet Reserva	Barrica francesa	Litro	0,006	\$ 55,73	\$ 0,33
Cabernet Reserva	Botella	Unidad	12	\$ 50,00	\$ 600,00
Cabernet Reserva	Corcho Super	Unidad	12	\$ 3,57	\$ 42,84
Cabernet Reserva	Etiqueta	Unidad	12	\$ 26,78	\$ 321,30
Cabernet Reserva	Cápsulas	Unidad	12	\$ 2,23	\$ 26,78
Cabernet Reserva	Separadores	Unidad	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Cabernet Reserva	Cajas	Unidad	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Cabernet Reserva	Palets	Unidad	0,012	\$ 1.000,00	\$ 11,90
Malbec Reserva	Energía	Khw	1,584	\$ 0,39	\$ 0,62

Fuente: Elaboración propia.

Es importante aclarar que para el análisis se debe considerar también el factor trabajo, por ser generalmente un costo variable, pero en el presente caso la empresa cuenta con personal mensualizado con lo cual se considerará como un costo fijo.

En cuanto al consumo de energía que se consideró como costo variable, no pudimos acceder a este dato por medio de la empresa, motivo por el cual fue obtenido del informe “Costos de elaboración de 2019” del Observatorio de la Asociación de Cooperativas Vitivinícolas Argentinas, el cual indica que por litro de vino se estima una relación de 0,176 kwh por litro y cada litro de vino cuesta en términos de energía empleada \$0,39.

A efectos de simplificar el análisis se consideran los subproductos a valor nulo.

De esta forma arribamos al costo variable de cada caja de 9 botellas de 0,75 litros, tanto para el vino Malbec como para el Cabernet.

Costo por producto		
VARIETAL	COSTO POR CAJA (12 botellas)	COSTO POR BOTELLA
Malbec Reserva	\$ 1.218,28	\$ 101,52
Cabernet Reserva	\$ 1.190,74	\$ 99,23

Para fines prácticos acotamos el análisis al varietal de vino Malbec.

Lo importante aquí es determinar el precio al cual se va a exportar, determinando un margen de negociación dentro del cual se puede fijar el precio y además lograr que el mismo sea competitivo.

Para esto logramos que la empresa nos brinde la siguiente información:

La empresa se encuentra actualmente utilizando la totalidad de su capacidad de producción.

Los principales productos que exporta la bodega son vino Malbec reserva y Cabernet reserva, vendiéndose en el mercado de destino a USD 12.99 por botella, y estos mismos vinos en el mercado interno se comercializan a un valor de \$550 por botella.

Los principales mercados externos a los que se exporta son Brasil y Estados Unidos, siendo el principal Estados Unidos. La empresa bajo estudio analiza la competitividad del sector, formula estrategias que le permiten mantener su participación en el mercado. Determinando factores de individuación y sofisticación, generando con ello identidad y diferenciación. Para ello la empresa exporta vinos con características particulares, como vinos frescos, presentaciones con estilo moderno, lenguaje simple y etiquetas con realidad aumentada para llegar a los más jóvenes. De esta manera, busca diseñar sus estrategias de exportación atendiendo a las características particulares de cada mercado, mejorando el posicionamiento de la empresa y adquiriendo una fuente de ventaja competitiva.

Las condiciones de contratación que utiliza la empresa son FCA en bodega.

El incoterm FCA o “Free Carrier” significa que el vendedor debe entregar las mercancías, listas para la exportación, al comprador en un punto acordado y especificado en el contrato de compraventa, en este caso es en la bodega. El incoterm FCA es polivalente y puede ser utilizado en transporte marítimo, aéreo y terrestre. Algunas características de esta forma de contratación son:

Obligaciones del vendedor bajo el incoterm FCA

- Entrega de la mercancía y documentos necesarios
- Empaquetado y embalaje
- Despacho de aduanas en origen

Obligaciones del comprador bajo el incoterm FCA

- Pago de las mercancías
- Flete marítimo internacional
- Gastos de llegada (o gastos en destino)
- Pago del despacho de aduanas en destino
- Transporte interior en el país de destino
- Pago de impuestos y aranceles

Partiendo de esta información pudimos realizar una evaluación de los costos de exportación obteniendo lo siguiente:

Mercado Interno		
Expresado en pesos	Por botella	Por caja
Precio en el mercado interno	\$ 550,00	\$ 6.600,00
Costo variable de producción	\$ 101,52	\$ 1.218,28
Costo variable - Impuesto ingresos brutos	\$ 16,50	\$ 198,00
Margen de contribución en el mercado interno	\$ 431,98	\$ 5.183,72
Expresado en dólares	Por botella	Por caja
Precio en el mercado interno	USD 6,16	USD 73,95
Costo variable de producción	USD 1,14	USD 13,65
Costo variable - Impuesto ingresos brutos	USD 0,18	USD 2,22
Margen de contribución en el mercado interno	USD 4,84	USD 58,08

Nota: a efectos de aclarar el análisis los importes se expresan en pesos argentinos y en dólar estadounidense.

Mercado externo		
Costos variables del exportador:		
Flete y Aduana =	0,00	USD/unidad
Hon. Despachante =	3%	sobre la factura
Derechos exportac.=	2%	sobre la factura
Reint. Exportación =	3%	sobre la factura
Tipo de cambio: 1 USD =	\$ 89,25	Al 30/12/2020

Fuente: elaboración propia.

Para calcular un margen de negociación dentro del cual se determinará el precio se busca determinar un precio mínimo por debajo del cual no convendría exportar.

Precio mínimo de exportación: la fórmula para calcular el mismo es:

$$MC (E) = MC (I) = FCA + RE - CV_p - FyA - HD - DE$$

$$MC (E) = MC (I) = FCA + RE - CV_p - HD - DE$$

Reemplazando y despejando:

$USD\ 4,84 = USD\ 4,84 = FCA + (FCA.\ 3\%) - USD\ 1,14 - (FCA.\ 3\%) - (FCA.\ 2\%)$
$USD\ 4,84 + USD\ 1,14 = FCA.\ (1 + 0,03 - 0,03 - 0,02)$
$USD\ 5,98 = FCA.\ 0,98$
$FCA = USD\ 6,10$

La empresa utiliza como término de negociación (incoterm) FCA, con lo cual el costo de Fletes y Aduanas está a cargo del comprador.

De esta manera obtenemos un precio mínimo de UDS 6.

Referencias:

RE: Reintegros de exportación.

CV p: Costo variable de producción.

FyA: Flete y Aduana.

HD: Honorarios de despachante.

DE: Derechos de exportación.

MC (E): Margen de contribución en el mercado externo.

MC (I): Margen de contribución en el mercado interno.

FCA: modalidad de Incoterm "Free Carrier"

Luego se busca el precio máximo, el mismo es un precio promedio al cual se vende en el mercado externo, para esto consideramos un precio promedio de un vino Premium que, según se determina en la ficha de mercado elaborada por la Embajada de la República Argentina en Estados Unidos, oscila entre los UDS 14 y USD 20 por unidad. De esta manera tomamos para

nuestro análisis, como precio máximo, un precio promedio de mercado en Estados Unidos de USD 17 por unidad.

Arribando de esta forma a un margen de negociación:

Margen de negociación: diferencia entre el precio máximo y el precio mínimo.

Margen= USD 17 – USD 6,10

Margen= USD 10,90

Luego de este análisis podemos ver que al momento de fijar un precio de exportación cuentan con un margen de negociación de USD 10,90, lo que significa que pueden fijar un precio dentro del mismo y este sería competitivo. Si bien ya tenemos la información del precio en que se vende la unidad (botella) de vino en el mercado extranjero que es a USD 12,99; pudimos aplicar la teoría anteriormente expuesta y observar que este precio se encuentra dentro de este margen y a la vez es altamente competitivo.

CONCLUSIÓN

A través del presente trabajo se buscó investigar cuales son los costos de exportación de una empresa productora de vino del este de Mendoza. Para realizar esto se estudió el proceso productivo del vino desde la explotación del viñedo hasta la elaboración del vino y los factores que intervienen.

Del mismo modo se abordó los temas relacionados a los costos a tener en cuenta para exportar, analizando cuáles son estos y cuáles son los incentivos que existen actualmente a la hora de exportar.

Se remarca que actualmente resulta imprescindible que a la hora de exportar los directivos de las empresas cuenten con información acabada acerca de toda la legislación vigente y cuáles son los trámites a realizar, ya que el incumplimiento de alguna de estas puede llevar a que fracase la etapa de exportación de sus productos.

Además de esta información a considerar, notamos que es necesario realizar una investigación acerca de los mercados a los cuales se exportan los productos.

Al introducimos en el análisis del caso, se observó que la empresa bajo estudio analiza su mercado de destino y busca diseñar sus estrategias de exportación atendiendo a las características particulares de cada mercado, exportando vinos con características particulares que le permiten llegar al público deseado.

Profundizando en el estudio de los costos de exportación de la bodega pudimos observar que la empresa, al exportar sus dos principales vinos fraccionados al mercado elegido para el análisis, cuenta con un amplio margen de negociación, lo cual le permite fijar un precio competitivo dentro del mismo.

De las entrevistas brindadas por los propietarios de la empresa, enólogo y contador, surge como relevante que cuentan con un acabado conocimiento en cuanto a las herramientas aplicables a la gestión de costos más convenientes para su actividad, siendo una de ellas el

Costeo Basado en Actividades. La empresa manifiesta utilizar esa herramienta y además cuenta con basto conocimiento acerca de las cualidades de la etapa de exportación de sus productos a los diferentes mercados del exterior, logrando así un proceso de exportación exitoso.

De esta forma se investigó los costos en los que una empresa del sector vitivinícola debe incurrir a la hora de exportar su producto y cómo estos van a influir en la fijación de un precio que resulte conveniente en un determinado mercado de destino.

REFERENCIAS

Administración Federal de Ingresos Públicos (2020). Registros Especiales Aduaneros. República Argentina. Disponible en: <https://www.afip.gob.ar/registroAduanero/>

Asociación de Cooperativas Vitivinícolas Argentinas (2019). Costos de cosecha 2019. Recuperado en diciembre de 2019 de: <http://acovi.com.ar/observatorio/wp-content/uploads/2019/03/Informe-costos-cosecha-tres-sistemas-2019.pdf>

Cartier, E., (2001) “Categorías de costos. Replanteo”, Rosario, Revista Costos y Gestión, N° 39.

Cartier & Osorio (1992) “Teoría General del Costo. Un marco necesario”. Evento científico Contabilidad, Finanzas y Auditoría en el Proceso de Integración Iberoamericana, Ciudad de la Habana, Cuba. Disponible en: <http://apps.econ.unicen.edu.ar/sitios/costos/wp-content/uploads/2016/03/TGC-Marco-Necesario.pdf>

Decreto 1012 P.E.N. (1991). Comercio Exterior. Publicado en el Boletín Oficial de la República Argentina, Buenos Aires 31 de mayo de 1991. Disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/5000-9999/6312/texact.htm>

Embajada de Argentina en los Estados Unidos (2019). Ficha de Mercado. Recuperado en diciembre 2020 de: <https://observatoriova.com/wp-content/uploads/2020/08/informe-de-mercado-vinosvf.pdf>

Ley 20631 Impuesto al Valor Agregado. Publicada en el Boletín Oficial de la República Argentina, Buenos Aires 31 de diciembre de 1973. Disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/42701/texact.htm>

Ley 22415 Código Aduanero de la Nación, Publicada en el Boletín Oficial del de la República Argentina, Buenos Aires, el 23 de marzo de 1981. Disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/16536/texact.htm>

Ley 23101. Exportaciones. Promoción de Exportaciones. Publicada en el Boletín oficial de la República Argentina, Buenos Aires 2 de noviembre de 1984. Disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/25000-29999/27277/norma.htm>

Observatorio Vitivinícola Argentino (2019). Cómo están los precios de vinos, uvas y mostos. Recuperado en diciembre de 2019 de: <https://observatoriova.com/2019/07/como-estan-los-precios-de-vinos-uvas-y-mostos/>

Toro, M.L. (2013). Distintos criterios de clasificación de los costos y su utilidad para la gestión. Cap. III, Costos y Gestión. Buenos Aires: Osmar D. Buyatti Editorial.

Yadin, A (2010) El análisis marginal. Buenos Aires: Osmar D. Buyatti Editorial.

BIBLIOGRAFIA

Cámara de Comercio de Bogotá (2019). COSTEO DE UNA EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN. Recuperado en diciembre 2020 de: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14391/Gu%C3%ADa%20pr%C3%A1ctica%20costeo%20de%20una%20exportaci%C3%B3n%20e%20importaci%C3%B3n%20%28002%29.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Cartier, Enrique Nicolas, Podmoguilnye, Marcelo (2014) “Teoría General del Costo” Especialización en Costos y Gestión empresarial. FCE- U. Nacional de Cuyo.

Código Fiscal de la Provincia de Mendoza (2020). Administración Tributaria Mendoza. Disponible en:

https://www.atm.mendoza.gov.ar/portalatm/zoneBottom/normativas/codigoFiscal/pdf/codigo_fiscal_2020.pdf

Corporación Vitivinícola Argentina (2020). Plan Estratégico Vitivinícola Argentino. Recuperado en diciembre 2020 de: <http://coviar.com.ar/plan-estrategico-vitivinicola-argentina-2020/>

EnoLife (2019). El sistema de poda con espaldera gana terreno en Argentina. Recuperado en diciembre de 2019 de: <http://enolife.com.ar/es/el-sistema-de-poda-con-espaldera-gana-terreno-en-argentina/>

IContainers(2013). Incoterm FCA Incoterm (Free Carrier) - Uso y Significado. Recuperado en diciembre 2019 de: <https://www.icontainers.com/es/ayuda/incoterms/fca/>

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (2020). Cálculo de margen bruto, resultado operativo y rentabilidad con aplicación de análisis de estructura de costos basados en actividades: vid. Recuperado en diciembre de 2019 de: https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta-sistemas_de_gestion_por_costeo_.pdf

Instituto Nacional de Vitivinicultura (2020). Inscribirme como exportador de productos vitivinícolas en el INV. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, República Argentina. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/inscribirme-como-exportador-de-productos-vitivinicolos-en-el-inv>

International Chamber Of Commerce (2020) INCOTERMS-2020. Recuperado en diciembre de 2020 de: https://2go.iccwbo.org/incoterms-2020-eng-config+book_version-Book/


Páginas Web Consultadas:

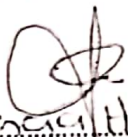
<http://corbeauwines.com/>

DECLARACIÓN JURADA RESOLUCIÓN 212/99 CD

El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgrede o afecta los derechos de terceros.

Mendoza, 29 de Marzo 2021


Corres Gabbi Gimera
28120
37737402.


F. Bianchi Hernandez
Firma y aclaración
27713
Número de registro
34966725
DNI