



INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Lic. en Administración

Trabajo Final de Grado

“Proyecto de exportación de Sulfato de Calcio”

RECUPERAR S.R.L.

Tutor:

DOLGONOS, Adrián Marcelo

Alumnos

ALONSO, Ricardo Andrés

CHIAPPERO, Francisco

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Índice

| | |
|---|-----------|
| Introducción | 4 |
| Marco Metodológico | 5 |
| Marco Teórico | 6 |
| Empresa | 6 |
| Producto | 9 |
| Costos | 12 |
| Diagnóstico de exportación | 17 |
| Análisis del sector | 18 |
| Entorno nacional | 21 |
| Exportación | 22 |
| Incoterms | 30 |
| Documentación necesaria | 35 |
| Precio FCA | 39 |
| Precio CIP | 41 |
| Precio DDP | 42 |
| Selección del mercado internacional | 42 |
| Estrategias de penetración del mercado | 43 |
| Marketing Mix | 54 |
| Oferta internacional | 62 |
| Análisis de Competitividad | 62 |
| Analisis Financiero | 62 |
| Importación | 68 |

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

| | |
|--|------------|
| Proyecto de exportación | 77 |
| Empresa | 77 |
| Producto | 92 |
| Análisis de Porter | 95 |
| Análisis del Entorno Nacional | 97 |
| Análisis FODA | 101 |
| Diagnóstico de exportación | 107 |
| Estudio del mercado internacional | 108 |
| Selección del mercado internacional | 113 |
| Matriz Multicriterio | 147 |
| Estrategia de Penetración | 155 |
| Estrategia de Producto | 156 |
| Estrategia de Comunicación | 157 |
| Costos | 159 |
| Estrategia de Precio | 160 |
| Calculo Precio FCA | 160 |
| Calculo precio CIP | 162 |
| Calculo precio DDP | 162 |
| Oferta Internacional | 163 |
| Análisis de Competitividad | 164 |
| Analisis Financiero | 166 |
| Conclusión | 174 |
| Bibliografía | 176 |
| Anexo | 179 |

Introducción

En el presente trabajo se desarrollara el proyecto de exportación del producto “Yeso Agrícola Granulado – YAG” para la empresa “Recuperar S.RL.”. Dicho proyecto se realiza bajo el marco del Trabajo Final de Grado.

El presente busca integrar los conocimientos adquiridos durante el cursado de la carrera de grado Licenciatura en Administración, dictado en el Instituto Universitario Aeronáutico. Además de buscar integrar conocimientos, el trabajo también tiene como finalidad servir como asesoramiento a la empresa para poder llevar a cabo dicha exportación.

La empresa actualmente se dedica a la producción y comercialización, tanto a nivel nacional como internacional, de yeso agrícola con diversos aditivos. Por lo tanto, nuestra propuesta es para que la misma pueda ampliar el mercado internacional en el cual se desenvuelve.

Como objetivo general, el trabajo presenta el siguiente:

- Desarrollar y proponer un proyecto de exportación que sirva como guía para incurrir en un mercado internacional nuevo para la misma.
- Para poder llevar a cabo dicho objetivo, se necesitara cumplir con los siguientes objetivos específicos:
- Realizar un diagnóstico del ambiente, tanto interno como externo, de la empresa.
- De acuerdo a dicho diagnóstico, seleccionar el mercado meta más acorde a la misma.
- Según el país meta seleccionado, formular las estrategias de cómo penetrar en él.

Marco Metodológico

Método de investigación

Para poder llevar a cabo el conocimiento tanto de la empresa, como del producto, sobre los cuales se va a realizar el proyecto de exportación, se utilizara tanto el método cuantitativo como el cualitativo, con una investigación exploratoria.

El método cuantitativo se aplicara en los casos que sea necesario acudir a fuentes de información secundaria, ya sea en bibliografía sobre la materia, diarios y/o análisis para poder interpretar de mejor manera la actualidad del comercio internacional que hay en el país, como ser el caso de diarios de circulación, fuentes oficiales del gobierno o consultoras privadas.

Por otro lado, el método cualitativo se lo efectuara para recabar información de las fuentes de información primaria. En este caso, dicha fuente de información es el área encargada del área administrativa de la empresa Recuperar S.R.L., ya que la misma es la encargada de la gestión de la operatoria relacionada al comercio internacional.

Técnica

Para implementar dicha investigación interna se realizara una entrevista al Gerente General Ricardo Alberto Alonso, y al Gerente de Planta, Héctor Paredes, las cuales son “flexibles y dinámicas” y sirven para recolectar información primaria, y también se realizara la recolección de información secundaria.

Marco Teórico

Previo al desarrollo del proyecto de exportación, consideramos pertinente la definición de determinados conceptos relevantes para el desarrollo para poder comprender dicho proyecto. También se detallaran los procesos en los que se incurre cuando se quiere incursionar en el comercio internacional.

Empresa

De acuerdo a la definición mencionada en la R.A.E., empresa es “unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos”.

Al momento de constituir una empresa, se está originando una empresa jurídica. Según el Código Civil de la República Argentina, se define como persona jurídica a todo ente susceptible de adquirir derechos y/o contraer obligaciones, y que la misma no es de existencia visible.

Para que una empresa sea considerada como tal, es necesario que la misma cumpla con determinadas características:

- La actividad que efectúe la misma tiene que ser de orden económico, ya que de no ser así, la misma pasa a ser una organización sin fin de lucro. Esto implica que tenga un fin de lucro, es decir, que la oferta tanto de bienes como de servicios que puede ofrecer la misma le permita obtener una rentabilidad. Cabe aclarar que toda empresa es una organización, pero no toda organización es empresa.
- La actividad también tiene que ser organizada. Todos los elementos que participen en la ejecución de la misma tienen que estar destinados a conseguir un fin determinado, logrando así el principio de sinergia.

Toda empresa, al momento de ser constituida, adopta una misión y una visión, que la ayudara a tener un horizonte hacia el cual dirigirse. La misión es la razón esencial de ser y existir de la organización y determina cual es el papel que la misma va a cumplir en la sociedad. Es a corto y mediano plazo. La misión, a pesar de ya estar implementada en la organización, no implica que no pueda sufrir modificaciones, la misma va sufriendo cambios a lo largo de la vida de la organización. La misión incluye los objetivos esenciales del

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

negocio. Cada organización tiene una misión de la cual se desprenden los objetivos principales. La misión tiene que responder a las preguntas:

- ¿Qué necesidad se está satisfaciendo?
- ¿Con qué producto se está satisfaciendo dicha necesidad?
- ¿Qué es lo que nos diferencia de la competencia? Es decir, porque los clientes nos eligen a nosotros y no a la competencia.

La visión sirve para determinar el futuro que la empresa desea alcanzar. La visión es la imagen que la organización define respecto a su futuro, es decir, de lo que pretende ser. Muchas organizaciones exponen la visión como el proyecto que les gustaría ser dentro de cierto periodo, es a largo plazo. La visión organizacional indica cuales son los objetivos que deben alcanzarse en los próximos años.

Como se menciona anteriormente, al momento de constituir una empresa, nace una persona jurídica. Pero al mismo tiempo dicha persona jurídica conforma una sociedad comercial.

De acuerdo al Artículo 1 de la Ley de Sociedades Comerciales, “se establece que habrá sociedad comercial cuando dos o más personas en forma organizada, conforme a uno de los tipos previstos en la ley, se obliguen a realizar aportes para aplicarlos a la producción o intercambio de bienes o servicios participando de los beneficios y soportando las pérdidas”. Según lo establecido por la Ley de Sociedades Comerciales, la misma tendrá los siguientes elementos:

- *Pluralidad de personas*: Es necesaria la participación de dos o más personas en el acto constitutivo y durante la vida de la sociedad, ya que si desaparece tal situación, opera una de las causales de disolución.
- *Organización*: A los fines de estructurar la participación de los socios y establecer una voluntad común, se establece un contrato común o estatuto donde se reflejara el funcionamiento de los distintos órganos, derechos y obligaciones de los socios, modos de distribución de ganancias y pérdidas, etc.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- *Tipicidad:* Este elemento se fundamenta en razones jurídicas otorgando mayor transparencia a la organización societaria, posibilitando un mejor conocimiento a los terceros que contratan con la sociedad y facilitando la actuación económica de la misma. Los tipos societarios son: Sociedad colectiva, de capital e industria, en comandita simple, de responsabilidad limitada, en comandita por acciones y sociedad anónima.
- *Obligación de realizar aportes:* El capital social se compone de los bienes que deben aportar los socios y es el que permitirá llevar adelante el objeto social, es por esta razón que debe guardar estrecha relación con el mismo.
- *Fin común:* La producción o intercambio de bienes o servicios con miras a obtener beneficios.
- *Participación de los beneficios y en las pérdidas:* los beneficios comprenden toda ventaja patrimonial cuyo origen sea social, es la obtención de una utilidad apreciable en dinero que los socios dividirán entre sí.

La conformación de dicha sociedad acarrea las siguientes consecuencias, según el Artículo 33 del Código Civil:

- Es sujeto de derecho y obligaciones.
- Se le reconoce un patrimonio propio, distinto al de los socios que la integran.
- Tiene derecho a tener un nombre y un domicilio propio.
- Puede actuar en juicio con parte actora o demandada.
- Tienen capacidad que estará limitada al Objeto Social.

Al tratarse de una sociedad comercial, la misma tiene que adoptar un tipo societario, el cual va a reglar las responsabilidades que van a tener cada uno de sus socios, como va a estar constituido el capital, etc. En el caso que nos incumbe, la empresa adopto como tipo societario "S.R.L." (Sociedad de Responsabilidad Limitada). Dicha sociedad, de acuerdo a la Ley de

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Sociedades Comerciales, implica que los socios limitan su responsabilidad al capital que se comprometieron a aportar. El capital de dicha sociedad va a estar dividido en cuotas de igual valor, y el límite de socios que pueden participar es de 50. Otra característica que presentan es que al momento de votación en la toma de decisión, no importa el caso, siempre se va a necesitar como mínimo de dos votos, a pesar de que uno de los socios tenga la mayoría de las cuotas.

Producto

De acuerdo al artículo 10, inciso 1 de la Ley 22415 se considera mercadería todo objeto susceptible de ser importado o exportado. De dicha definición se puede inferir que todo objeto que pueda ser extraído o introducido a un territorio aduanero, puede ser considerado como mercadería.

Según lo establecido en el Art. 9 del Código Aduanero, importación es la introducción de cualquier mercadería a un territorio aduanero. Mientras que exportación es la extracción de cualquier mercadería de un territorio aduanero.

Los productos, según el punto de vista de la microeconomía, se pueden considerar como sustitutos y complementarios. Los productos sustitutos son aquellos que suplen la misma necesidad, por lo tanto, el consumidor tiene uno solo de ellos. Por el otro lado, los complementarios son aquellos que se utilizan en conjunto, que se necesitan para poder funcionar de manera correcta. La implicancia económica que tiene la existencia de productos sustitutos, es que al aumentar el precio del bien A, la demanda de dicho bien va a disminuir, y por lo tanto, la demanda del bien B va a aumentar, es decir, se desplaza la demanda de un producto hacia el otro.¹

Así como las personas tienen un ciclo de vida, también lo tienen los productos. Philip Kotler, afirma que “el producto tiene una vida limitada, las ventas pasan por etapas bien definidas, las utilidades varían según el período del ciclo de vida y cada producto requiere una diferente estrategia de

¹ http://www.ehowenespanol.com/complementos-sustitutos-economia-info_125532/. Recuperado el jueves 3 de diciembre de 2015

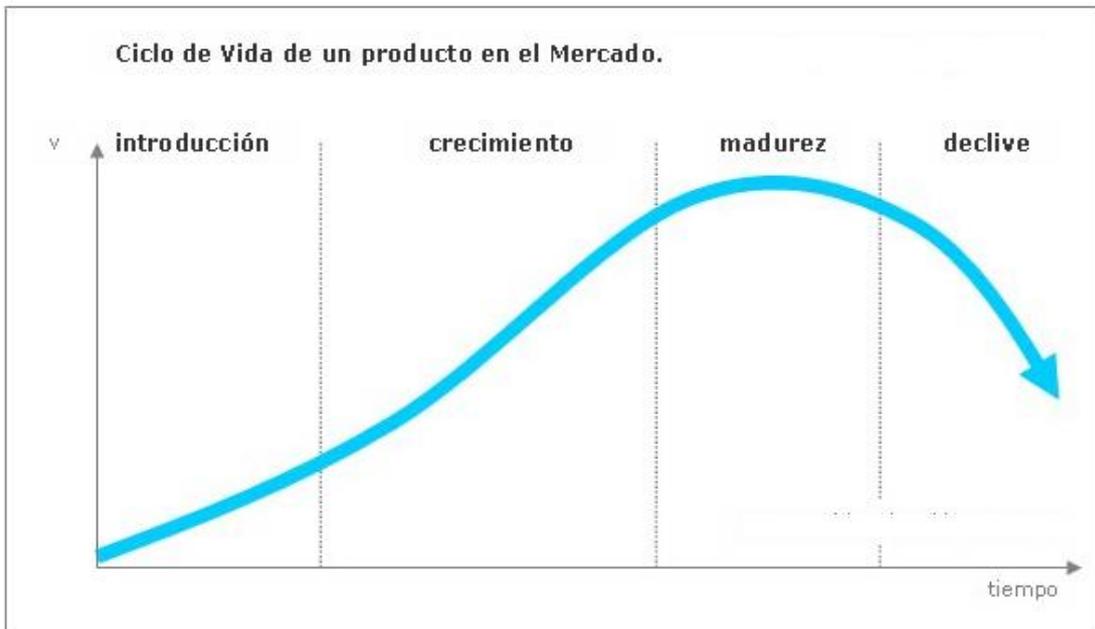
INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

marketing para cada etapa del ciclo”. Dicho ciclo de vida está dividido en cuatro etapas:

- **Introducción:** Período de crecimiento lento de las ventas a medida que el producto se introduce en el mercado. No hay utilidades en esta etapa porque los gastos de introducción en el mercado son muy altos.
- **Crecimiento:** Período de rápida aceptación por parte del mercado y considerable mejora de las utilidades. Posible introducción de competidores.
- **Madurez:** Se frena el crecimiento de las ventas porque el producto ha logrado la aceptación de la mayoría de los compradores potenciales. Las utilidades bajan o se estabilizan de acuerdo a debido al aumento en la competencia. En esta fase, la industria consiste en un conjunto de competidores cuyo objetivo es incrementar o mantener la participación de mercado.
- **Decrecimiento:** Período en que las ventas muestran una curva descendente y las utilidades comienzan a disminuir de manera drástica. Por lo general, mantener un producto en esta etapa suele ser muy costoso para la empresa, por lo que no es normal encontrar productos en dicha etapa.

Que existan estos 4 momentos en el ciclo de vida de un producto no quiere decir que todos vayan a transitarlos. De hecho, existen productos que se desarrollan en el mercado con total naturalidad habiéndose “salteado” una de estas etapas.

A continuación se presenta el modelo más común del ciclo de vida del producto.



Etapas en la vida de un producto

2

El producto en el comercio internacional

El producto a exportar, según la ley 24.406 que sustituyó y derogó los artículos 11,12 y 13 del Código Aduanero (Ley 22415), se individualizará y clasificará de acuerdo con el Convenio internacional del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercaderías, que adquiere carácter de ley. Según Gottifredi (2009) la creación de este sistema se debió a las necesidades de comercio internacional de facilitar un lenguaje que primordialmente ayudara a la recopilación, comparación y el análisis de las estadísticas; reduciendo costos (...), facilitando la uniformidad de documentos comerciales y la oportuna transmisión de datos, aumentando el grado de detalle requerido con los fines apuntados, y haciendo que sus datos sean exactos y comparables para facilitar la imposición tributaria.

También, el autor nombrado en el párrafo anterior, considera que dentro de las principales características del sistema armonizado se destacan las siguientes:

- a) Es técnicamente neutro, completo y cerrado.

2 <http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-cvp>. Recuperado el viernes 27 de noviembre de 2015

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

b) Esta fundado jurídicamente en sus reglas generales interpretativas, textos de partidas y subpartidas. Y en sus notas legales de sección, capítulo y subpartida.

c) Es aplicable uniformemente a nivel mundial

d) Es fácilmente comprensible por el usuario con la precisión necesaria para ser utilizado con fines arancelarios.

e) Define las mercaderías por sus características tecnológicas

Al producto sobre el cual se trabajará, le corresponderá una determinada posición arancelaria, que es una codificación de ocho dígitos en la Nomenclatura Común del MERCOSUR, que entró en vigencia el 1° de Enero de 1995 a través del decreto 2.275/94. La misma es aplicable en el ámbito de la región conformada por los países integrantes del MERCOSUR: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela. De los ocho dígitos, seis forman parte de la estructura básica proveniente a la Nomenclatura del Sistema Armonizado, el séptimo indica la subpartida regional y el octavo dígito indica el ítem regional. En tanto, el Sistema Informático María agrega a nivel nacional, tres dígitos y una letra en carácter de dígito de control a las partidas arancelarias N.M.C a los efectos de la declaración en dicho sistema. Este sistema es definido como aquel que utiliza la Aduana Argentina para el registro y seguimiento de las declaraciones y operaciones para la importación, exportación y el tránsito aduanero de las mercaderías, basado en medios informáticos.³

Costos

El producto sobre el cual se trabajara requieren su producción, donde se incorporan en bienes producidos y quedan capitalizados en los inventarios hasta tanto se vendan los productos. Este proceso forma parte del costo del mismo. Estos desembolsos están relacionados con Materiales Directos (MD), Mano de Obra Directa (MOD) y Costos Indirectos de Fabricación (CIF) necesarios para convertir la materia prima en productos terminados con

³ <http://www.icia.edu.ar/sistemamaria.html>. Recuperado el lunes 30 de noviembre de 2015

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

la integración del elemento humano (Trabajadores) y el elemento técnico (las maquinas).

Fines de la elaboración de costos

Entre los fines principales de la elaboración de costos están:

- Determinar el costo de los inventarios de los productos fabricados para efectos de presentación del Balance general.
- Determinar el costo de los productos vendidos con el fin de calcular la utilidad o pérdida en el período y así poder presentar el estado de Ganancias y Perdidas.
- Servir de fuente de información de costos para estudios económicos y decisiones especiales, entre otras, inversiones de capital a largo plazo, tales como reposición de maquinarias, expansión de la planta de producción, fabricación de nuevos productos, fijación de precios para las ventas, etc.
- Dotar a la gerencia de una herramienta útil para la planeación y el control sistemático de los costos de producción.

Costos de Distribución

Párrafo aparte para este elemento. Con el desarrollo de nuevas tecnologías que incrementaron sustancialmente la producción, se provocó un aumento en la oferta, debido a la reducción de costos e incorporación de continuas mejoras técnicas y métodos de fabricación. Apareció entonces el problema de la colocación de la producción, agudizado con la competencia para cubrir o conseguir nuevos mercados. Surge la importancia de la comercialización.

Esto llevo a las empresas a:

- La búsqueda de nuevos canales de distribución
- El uso intensivo de la publicidad
- Programas de capacitación de vendedores que aumentaron costos en forma significativa, neutralizando a veces las economías alcanzadas en los de producción

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

También se vieron obligados a mejorar presupuestos y gestión de ventas, pero fundamentalmente a introducir el análisis y control de las partidas posteriores a la fabricación, es decir las de la venta.

Los costos de distribución están constituidos como:

$$\begin{aligned} \text{COSTOS DISTRIBUCION} &= \text{COSTOS ADMINISTRATIVOS} \\ &+ \text{COSTOS COMERCIALIZACION} \\ &+ \text{COSTOS FINANCIACION} \end{aligned}$$

Todo esto mencionado anteriormente hacen alusión a factores que hacen a la estrategia de posicionamiento como así también permite su implementación el desarrollo de cuál es la rentabilidad que el producto puede llegar a tener de acuerdo a los límites de presupuesto y planificación proyectada de acuerdo a los parámetros que han sido establecidos por los integrantes de la organización.⁴

Sistemas de costos⁵

La logística contribuye en los procesos de reducción de costos para una mejor competitividad de las empresas. Recordar que esta función comprende las actividades de aprovisionamiento, producción, distribución física y mantenimiento y que, según los casos cubren: almacenamiento, aprovisionamiento, distribución, gestión de stock, mantenimiento, producción y transporte.

La realidad presenta varios tipos de industrias y formas de fabricación y que un especialista en logística debe conocer con profundidad. Además dentro de un mismo ramo o sector, de acuerdo al perfil gerencial, se elige un método o sistema de registración en función del uso que la dirección haga de la información.

También existen empresas con avanzadas técnicas de producción y otras que aun operan de una manera primitiva, criterios que también definen o

⁴ <http://www.monografias.com/trabajos93/modulo-contabilidad-costos/modulo-contabilidad-costos.shtml>. Recuperado el Lunes 7 de Diciembre de 2015

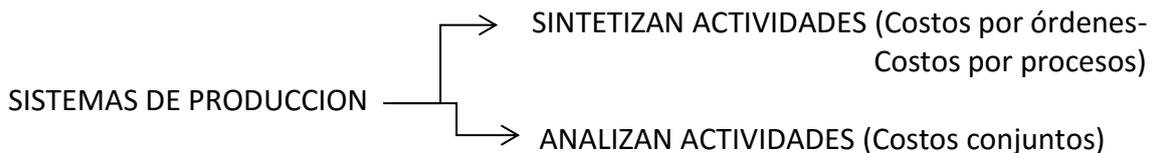
⁵ Guía de Estudio Sistemas Contables III. Costos. Héctor Traballini. 2004

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

condicionan el alcance de la función logística. Entonces ¿Cómo se puede estructurar esta multiplicidad de situaciones?

Analizando esa diversidad y luego agruparla por asociación de actividades, conformadas a partir de factores comunes que justifican su separación

Es entonces cuando, básicamente, aparecen dos grandes sistemas de producción y que son los que:



En este proyecto vamos a tratar con costos por procesos

- Costos por Procesos: Se utiliza en industrias cuya fabricación se realiza mediante una serie de operaciones continuas y en la que los costos se acumulan por departamentos (procesos) y para significativos volúmenes de producción.

Los artículos en su mayoría homogéneos, consumen iguales o similares costos de materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación; en procesos paralelos o secuenciales y en los que las unidades se miden en términos físicos (litros, kilos, metros, etc.)

Dicho en otros términos, el eje lo constituye la acumulación final en los departamentos de producción, los que luego se dividen entre las cantidades producidas en un periodo en cada uno de los mismos y se calcula así el costo unitario de cada departamento.

En resumen, se aplica ya que se está trabajando en forma continua o en serie y en las que los artículos demandan procesos similares, y que se van transformando por etapas la materia prima hasta que alcanza el grado de producto terminado.

*Costo Unitario: Para el cálculo del costo unitario se utiliza, entre otros, el método de los 5 pasos, indicada a continuación y calculando para un periodo determinado:

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

| | | | |
|---|--|-----------|--|
| 1 | Producción Computable | Procesada | $PPC = IFPP_{(UE)} + PT - IIPP_{(UE)}$ |
| 2 | Costo del Periodo | | $Cu = \frac{\text{Costos del Periodo}}{PPC}$ |
| 3 | Costo Unitario Promedio | | $Cup = \frac{\text{Costos del Periodo} + IIPP_{(UE)} \text{ en } \$}{IIPP_{(UE)} + PPC}$ |
| 4 | Costo de la Producción Terminada | | $CPT = Cup \times PT$ |
| 5 | Costo Inventario Final de PP | | $\text{Existencia Final PP} = Cup \times IFPP_{(UE)}$ |

$IFPP_{(UE)}$: Inventario final de producción en proceso expresado en unidades equivalentes

$IIPP_{(UE)}$: Inventario inicial de producción en proceso expresado en unidades equivalentes

PT: Producción Terminada

Estas etapas, que se realizan por separado para cada elemento del costo, se vinculan a su vez con los siguientes conceptos:

- Costos Incurridos: Los consumos de los tres elementos (MP-MOD-CIF) durante un periodo.
- Producción Procesada Computable: Cantidad de productos en elaboración en el mismo periodo, y en termino de unidades equivalentes.
- Producción computable: Representa la producción que se hubiese terminado con los costos del periodo y se calcula por separado para cada elemento
- Costos Unitarios: Cociente entre los costos del periodo y la producción procesada computable

Diagnostico de exportacion

Diagnostico de la empresa

Según Saenz de Vicuña (2000), al momento de llevar a cabo el diagnostico interno de la empresa, previamente se tiene que haber realizado un analisis del mismo, y es partir de tal que vamos a poder determinar tanto las fortalezas y debilidades que presenta la empresa, como tambien las oportunidades y amenazas que presenta el entorno en el cual se esta desarrollando la empresa. Dicho diagnostico se lo conoce con el nombre FODA, de sus siglas en español, o SOWT, de sus siglas en ingles.

- Oportunidades: Factores externos a la propia empresa que favorecen o pueden favorecer el cumplimiento de las metas y objetivos que nos propongamos.
- Amenazas: Factores externos a la empresa que perjudican o pueden perjudicar el cumplimiento de esas mismas metas y objetivos trazados.

Ambos elementos reflejan una situación no controlable que marca el atractivo o desinterés que tiene para nosotros el mercado en que nos movemos.

- Fortalezas: Factores internos propios de la empresa que favorecen o pueden favorecer el cumplimiento de nuestros objetivos.
- Debilidades: Factores internos que perjudican o pueden perjudicar el cumplimiento de nuestros objetivos.

Ambos conceptos reflejan una situación observada, obviamente controlable, que marca una posición de ventaja o desventaja ante nuestros competidores.⁶

Al momento de realizar dicho diagnostico, lo importante es detectar ventajas y/o desventajas competitivas asi poder orientar la estrategia de comercializacion a mejores resultados. El caso de las ventajas competitivas es cuando un punto fuerte que posee nuestra empresa es mejor que el de la competencia, y el cliente es conocedor del mismo. El hecho de que una empresa posea muchas fortalezas no significa que tenga una ventaja

⁶ El plan de marketing en la práctica. - José María Sáenz de Vicuña - quinta - 2000 - ESIC – Madrid

competitiva. Es importante aclarar, que dichas ventajas tienen que ser sostenibles a lo largo del tiempo y defendibles de la competencia.

Análisis del sector⁷

Para poder llevar a cabo dicho análisis, por lo general se suele recurrir al modelo de “Las cinco fuerzas competitivas de Porter”, presentado en 1980 por Michael Porter en su libro “Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors”. Esta herramienta permite conocer la competitividad que hay en una industria en la cual se desenvuelve la empresa a la cual estamos analizando, y sirve como un análisis externo para poder fijar las bases en las cuales concentrar la estrategia de comercialización en conjunto con los resultados obtenidos del “diagnostico FODA”.

Las cinco fuerzas de Porter son:

- Rivalidad entre competidores: Hace referencia a la rivalidad entre empresas que compiten directamente en una misma industria, ofreciendo el mismo tipo de producto. Una fuerte rivalidad entre competidores podría interpretarse como una gran cantidad de estrategias destinadas a superar a los demás, estrategias que buscan aprovechar toda muestra de debilidad en ellos, o reacciones inmediatas ante sus estrategias o movidas. A medida que la rivalidad entre competidores se hace más intensa, las ganancias de la industria disminuyen, haciendo que ésta se haga menos atractiva y que, por tanto, disminuya el ingreso de nuevos competidores. Algunos de los factores que hacen que la rivalidad aumente son: la demanda disminuye, poca diferenciación de productos, facilidad para cambiar de marca, etc.
- Amenaza de entrada de nuevos competidores: Cuando las empresas pueden ingresar fácilmente a una industria, la intensidad de la competencia aumenta; sin embargo, ingresar a un mercado no suele ser algo sencillo debido a la existencia de barreras de entrada. Pero a pesar de dichas barreras, algunas veces las empresas logran ingresar fácilmente a una industria cuando cuentan con productos de una calidad superior al de los existentes, precios más bajos o una mejor publicidad. Algunas barreras de ingreso son: falta de experiencia, lealtad del consumidor hacia determinadas

⁷ Administración. – Stephen P. Robbins & Mary Coulter – 5ta Edición – Editorial Prentice Hall

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

marcas, gran necesidad de capital, políticas reguladoras gubernamentales, posesión de patentes, etc.

- Amenaza de ingreso de productos sustitutos: La presencia de productos sustitutos suele establecer un límite al precio que se puede cobrar por un producto (un precio mayor a este límite podría hacer que los consumidores opten por el producto sustituto). El análisis de la amenaza de ingreso de productos sustitutos nos permite formular estrategias destinadas a impedir el ingreso de empresas que produzcan o vendan estos productos o, en todo caso, estrategias que nos permitan competir con ellas.
- Poder de negociación de los proveedores: Hace referencia al poder con que cuentan los proveedores de la industria para aumentar sus precios y ser menos concesivos. Mientras menor cantidad de proveedores existan, mayor será su poder de negociación, ya que al no haber tanta oferta de materias primas, éstos pueden fácilmente aumentar sus precios y ser menos concesivos.
- Poder de negociación de los consumidores: Se refiere al poder con que cuentan los consumidores o compradores de la industria para obtener buenos precios y condiciones. Cualquiera que sea la industria, lo usual es que los compradores siempre tengan un mayor poder de negociación frente a los vendedores; sin embargo, este poder suele presentar diferentes grados dependiendo del mercado. Mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos y mejores condiciones.⁸

Organismos de promoción a las exportaciones

Fundación Exportar⁹:

La Fundación Exportar es la agencia de promoción comercial, dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto.

⁸ <http://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/> Recuperado el Miércoles 9 de Diciembre de 2015

⁹ <http://www.exportar.org.ar/web2015/exportar.php> . Recuperado el miércoles 14 de Octubre de 2015

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Como institución mixta integrada por el sector público y privado, a través de un Consejo de Administración que reúne a los actores más destacados del comercio exterior argentino, la Fundación Exportar asiste a la comunidad empresarial en sus esfuerzos por conquistar nuevos mercados; fijándose como objetivo final que las empresas argentinas comercialicen sus productos y servicios en forma competitiva en el plano internacional. Para lograr tal objetivo lleva adelante acciones de promoción de exportaciones buscando reunir a productores argentinos con compradores extranjeros en los más importantes encuentros de negocios del mundo.

A la vez, trabaja con empresas nacionales brindándoles información comercial, asistencia técnica y capacitación, para que ellas generen los cambios necesarios para producir y comercializar eficientemente en mercados externos.

Su misión consiste en agregar valor a la oferta exportable argentina, asumiendo el compromiso de prestar servicios técnicos de calidad, que contribuyan a potenciar la imagen y el desarrollo competitivo de las empresas argentinas. En cuanto a sus objetivos, los mismos apuntan a establecer, mantener y fortalecer los vínculos con entidades de los sectores público y privado con relación a todas las temáticas inherentes a la Fundación Exportar, así como garantizar el apoyo a las distintas áreas de la organización en lo referente a la presentación institucional en los distintos eventos.

Cámara Argentina de Comercio Exterior:¹⁰

Esta institución ejerce los siguientes servicios:

- Asesoramiento integral en normativa referente a las importaciones y exportaciones.
- Información y listado de importadores y exportadores.
- Armado de agendas o entrevistas de negocios.
- Búsqueda de contraparte comercial, o de demanda para el producto.

¹⁰ Cámara argentina de Comercio, http://comercioexterior.cac.com.ar/comercio_exterior/Servicios_422. Recuperado el lunes 19 de octubre de 2015

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- Información estadística de productos
- Conocimiento de oportunidades comerciales
- Difusión de oferta exportable
- Asesoramiento y participación en ferias y exposiciones
- Organización y coordinación de misiones comerciales
- Recepción y armado de rondas de negocios

Entorno nacional¹¹

Las industrias se desenvuelven en un macroentorno de fuerzas no controlables, que pueden presentar tanto oportunidades como amenazas, por lo cual la empresa no tiene que restarle importancia a dicho entorno. Algunas de las fuerzas que participan en el macroentorno son:

- Entorno demográfico: Dicho entorno es el análisis de las poblaciones, ya sea según su sexo, edad, educación, densidad demográfica, etc. Las empresas hacen especial foco sobre la densidad demográfica, es decir, la población, ya sea el crecimiento de la misma, el tamaño, edad, etc. Esto se debe a que el mercado está conformado por la población. Otros factores sobre los cuales también se suele indagar son la conformación de hogares, desplazamientos geográficos de la población, etc.
- Entorno económico: Los empresarios deben tener en cuenta las principales tendencias en cuanto al ingreso, la distribución y los patrones de gasto de los consumidores. El poder adquisitivo que tenga una economía va a depender del ingreso, del nivel de precios de los bienes, el endeudamiento, etc. Algunos indicadores que se suelen utilizar para analizar dicho entorno son el PBI, el PBI per cápita, el desempleo, la inflación, el tipo de cambio, etc.
- Entorno medio-ambiental: En la actualidad el deterioro del medio ambiente es un asunto que está en la agenda tanto de los empresarios como de los gobiernos. Dicho deterioro trae como consecuencia el desarrollo tanto de

¹¹ Dirección de marketing - Philip Kotler, Keller, Kevin - 12^o - 2006 - Prentice Hall – México.

oportunidades como de amenazas, ya sea debido a la escasez de materias primas, costo creciente de la energía, los niveles de contaminación, etc.

- Entorno político-legal: Este entorno está constituido por leyes que regulan la actividad de los negocios, dependencias del gobierno, grupos de presión. En la actualidad que está sufriendo nuestro país este entorno es muy importante a tener en cuenta al momento de realizar el análisis del entorno nacional, ya que todo el tiempo hay disposiciones nuevas o cambios que hacen que el empresario tenga que ajustar su estrategia.
- Entorno socio-cultural: La sociedad en la que nos desenvolvemos es la que moldea nuestras creencias, valores y normas, ya sea a través de instituciones u otras fuerzas que influyen.

Exportación

La ley 24415, en el Art. 91 define a los exportadores como “las personas que en su nombre exportan mercadería, ya sea que la lleven consigo o que un tercero lleve la que ellos hubieren expedido”.

Destinaciones de exportación

Cuando egresa una mercadería del territorio aduanero, esta puede sufrir las siguientes destinaciones:

- *Destinación definitiva de exportación para consumo*: Según el Art. 331, es “aquella en virtud de la cual la mercadería exportada puede permanecer por tiempo indeterminado fuera del territorio aduanero”.
- *Destinación suspensiva de exportación temporaria*: Según el Art. 349, es “aquella en virtud de la cual la mercadería exportada puede permanecer con una finalidad y por un plazo determinado fuera del territorio aduanero quedando sometida, desde el mismo momento de su exportación, a la obligación de reimportarla para consumo con anterioridad al vencimiento del mencionado plazo”. La finalidad nombrada puede ser industrial (Transformación o reparación), comercial (Ferias y exposiciones), artístico, etc. Estas mercaderías quedan exentas de la aplicación de prohibiciones y de imposición de tributos con los que estuvieran grabados los productos exportados, excepto las tasas retributivas de servicios.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- *Destinación suspensiva de tránsito de exportación:* Según el Art. 374, es “aquella en virtud de la cual la mercadería de libre circulación en el territorio aduanero, que fuere sometida a una destinación de exportación en una aduana, puede ser transportada hasta otra aduana del mismo territorio aduanero, con la finalidad de ser exportada desde esta última.”
- *Destinación suspensiva de removido:* Según el Art. 386, es “aquella en virtud de la cual la mercadería de libre circulación en el territorio aduanero puede salir de éste para ser transportada a otro lugar del mismo, con intervención de las aduanas de salida y de destino, sin que, durante su trayecto, atraviese o haga escala en un ámbito terrestre no sometido a soberanía nacional.” Es a través de este destino, que se realizan los traslados de mercadería de un puerto a otro por ríos nacionales de tráfico internacional o en puertos del litoral marítimo.

Aranceles a la exportación

A través de la posición arancelaria, se pueden visualizar los diferentes importes que deberán ser pagados al estado. Esto trae como consecuencia que el impuesto no alcance a las destinaciones suspensivas de exportación. Gottifredi (2009) aclara que por tanto el hecho imponible, es decir aquel que le da origen a la obligación tributaria, es la destinación definitiva para consumo y el momento imponible, a partir del cual la persona se verá obligada al pago, distingue situaciones regulares de irregulares. En el primer caso corresponde:

- a) La fecha del registro de la solicitud aduanera
- b) La fecha del perfeccionamiento del contrato de compraventa.

Los derechos de exportación pueden ser específicos o ad valorem; los primeros son aquellos en los que se aplica una cierta cantidad sobre una unidad de medida determinada, en tanto los segundos se establecen sobre un porcentaje del valor imponible de la mercadería. Este valor se funda en la condición FOB de comercialización, en el punto de salida de los enseres, entendiéndose por tal concepto el lugar donde se carga la mercadería en el medio transportador con destino al exterior. Desde el mes de Diciembre de

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

2015, los derechos de exportación del Sulfato de Calcio dejaron de existir, es decir, que ya no se abona más el 10% del valor FOB para poder exportar.

Estímulos a la exportación

Se observa también en los datos provistos por la posición arancelaria, un porcentaje ad valorem asociado a un reintegro. Según el Art. 825 del Código Aduanero, el régimen de reintegros es aquel 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 exportare para consumo a título oneroso, o bien, por los servicios que se hubieren prestado con relación a la mencionada mercadería. Vale remarcar que la restitución se refiere a los tributos interiores, es decir se aplica sobre el valor agregado nacional, quedando por lo tanto excluidas aquellas cargas pagadas como consecuencia de la importación para consumo de un bien que fuera a formar parte de una mercadería a ser exportada posteriormente. La legislación admite esta devolución por entender que no se efectivizó el consumo interno del bien que dio origen al hecho imponible.

Su alícuota varía entre un 0 y un 6% y se aplicará sobre la base imponible que será el valor FOB de la mercadería, deducido el valor CIP de los insumos importados incorporados a la misma y el monto abonado en concepto de comisiones y corretajes.

Según el punto primero del Anexo II de la Resolución General de AFIP N° 1921, el Sistema Informático María prevé una doble registración, una informática y la otra escrita a través de los formularios en vigencia.

La información integrada por el documentante en el OM-2133 SIM, más los datos e intervenciones requeridas en el OM-1993-A SIM, tienen carácter de Declaración Jurada juntamente con la documentación que obligatoriamente deba agregarse, y conformando un único documento operativo.

Definiciones Generales¹²

Previo a la definición de determinados procedimientos, es necesario determinar los responsables de cada uno de los procesos a describir. Para ello en primera instancia se deben definir los auxiliares del comercio y del servicio aduanero, y según el título segundo de la primera sección del Código Aduanero (Ley 24.415), estos son principalmente:

- **Despachantes de Aduana:** Personas de existencia visible que, en determinadas condiciones, realizan en nombre de otros ante el servicio aduanero trámites y diligencias relativos a la importación, exportación y demás operaciones aduaneras. Más allá que se puede prescindir de los mismos si se realizan estos trámites en forma personal, Gottifredi (2009) advierte que, al ser este profesional el nexo entre el importador o el exportador y los organismos de contralor, para que determinada mercadería sea liberada de la aduana, el grado de eficiencia que debe imprimir a sus gestiones tienen máxima trascendencia. Entre sus principales funciones se encuentran: presentar notas o peticiones ante el Servicio Aduanero para retirar mercadería de la Aduana; firmar documentación que legislación establece para actividad aduanera; concurrir a actos administrativos y de verificación relacionados a la mercadería; rubricar instrumentos de transporte, endosos, warrants y solicitudes; prestar conformidad por pagos de multas, realizar pagos y representar a los clientes en investigaciones de control.
- **Agentes de transporte aduanero:** Personas de existencia visible o ideal que, en representación de los transportistas, tienen a su cargo las gestiones relacionadas con la presentación del medio transportador y de sus cargas ante el servicio aduanero, conforme con determinadas condiciones.

A continuación se presentan los términos empleados en los procesos de tramitación de las Destinaciones de Exportación, liquidación y cobro en el SIM, a tratar luego:

¹² Gottifredi, 2009, Código Aduanero Comentado, Ediciones Macchi, 1ra reimpresión.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- **Pre cumplido:** Es la acción de consignar en las Destinaciones de Exportación, las constancias de las cantidades de unidades de mercaderías, de consolidación y/o precintado, que se realiza en forma previa al embarque o iniciación del Tránsito de Exportación.
- **Cumplido:** Es la acción de consignar en la Destinación de Exportación, las constancias de las cantidades de unidades de mercaderías puestas a bordo o del egreso de las mismas por la Aduana de salida con destino al exterior.
- **Declaración Post-embarque:** Es la declaración que efectúa el Exportador o su representante, ante el Servicio Aduanero, establecida en los supuestos del Art. 346 o Art. 959 inc. c) de la Ley 22415, de las cantidades de unidades de mercaderías o bultos, que efectivamente fueron embarcados respecto a los declarados en la solicitud de Destinación de Exportación. Por lo tanto la diferencia de unidades de comercialización y/o bultos son los únicos elementos por los cuales se cumplirá un documento con diferencia, realizando la correspondiente Declaración Post-embarque.
- **Detalle de Contenido:** Es el detalle de las mercaderías que se pretenden exportar, es de presentación obligatoria y adquiere carácter de declaración jurada. Deberá encontrarse firmado por el Exportador y el Despachante de Aduana interviniente, debe contener:
 - "N ° de Destinación Aduanera.
 - "Nombre o Razón Social del Exportador.
 - "Contenido de cada bulto.
 - Tipo, Cantidad y Peso de los bultos.
 - "Indicación de si se embarcan igual cantidad de unidades a la declarada bajo la fórmula "Conforme cantidad de unidades". SI o NO, según corresponda.No será exigible la presentación del detalle de contenido en las siguientes circunstancias:

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

a) Cuando la unidad de comercialización sea de peso o volumen y se trate de una carga a granel; (se entiende por mercadería a granel aquella que carece de envase exterior, marcas y números).

b) Si la factura comercial es emitida en las mismas condiciones que el Detalle de Contenido, la primera puede reemplazar al segundo. La factura debe ser emitida de acuerdo a la normativa vigente.

El Detalle de Contenido, una vez presentado no podrá ser rectificado por el Exportador o Declarante; sólo lo podrá rebajar el Servicio Aduanero previa constatación de la realidad de la operación, con constancias de firma, sello aclaratorio, fecha y con el conforme del Declarante. En función del canal asignado será firmado por el Verificador o el Guarda interviniente en la operación.

Cobro de Reintegros e ingreso de divisas

Desde el mes de marzo del 2012, los exportadores tienen que liquidar todas sus divisas para poder cobrar los reintegros. Cuando el operador registra ante la aduana una destilación de exportación para consumo elige un banco para el seguimiento del ingreso de divisas. El banco recibe de la AFIP la información de los permisos de embarque sobre los que debe realizar su seguimiento. Si al vencimiento de plazo para el ingreso de divisas (15 días) el banco designado no detectó el ingreso o la aplicación del monto total de una destinación, deberá informar la opción de "Incumplido reportado" al Banco Central. Este informará a la AFIP de la situación y se bloqueará el pago. Esto se levantará automáticamente cuando el exportador no tenga más destinaciones en estado "Incumplido retardado" o "vencido".

Dada las demoras que existen para los cobros al contado de estos reintegros, mediante la Resolución General N°1639 (B.O 26/02/04), la AFIP creó un procedimiento optativo para los exportadores, mediante el cual pueden afectar parcialmente o totalmente los créditos que tengan en concepto de reintegros y otros, a la cancelación de deudas por seguridad social, impositivas y aduaneras, con excepción de la tasa de estadística.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Los reintegros a las exportaciones seguirán pagando impuesto a las ganancias por decisión del congreso. La medida se oficializó mediante la publicación de la Ley 26.347 que nuevamente suspende la liberalidad que beneficiaba a los exportadores respecto a los reintegros y reembolsos percibidos.¹³

Según Paola Quain (2008) la liberalidad se encuentra suspendida desde 2003 y fue prorrogada en varias ocasiones. La suspensión, que ya está en vigencia, habilita a la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) a realizar las acciones para el cobro del impuesto. La suspensión de la liberalidad forma parte del complejo esquema que alcanza a las operaciones de comercio exterior.

El primer punto del anexo III de la Resolución General 1921 de la Administración Federal de Ingresos Públicos establece que los pagos correspondientes a la totalidad de los beneficios a la exportación que correspondan al ámbito aduanero y que realice la AFIP se efectuarán mediante transferencia a la cuenta bancaria del Exportador que se corresponda con la Clave Bancaria Única (CBU), declarada ante la AFIP para el cobro de beneficios a la exportación. Dicha cuenta deberá estar habilitada en una entidad bancaria autorizada por el BANCO CENTRAL DE LA REPÚBLICA ARGENTINA.

La Dirección de Control y la Subdirección General de Operaciones Aduaneras del Interior a través de sus Regiones Aduaneras, establecerán en forma selectiva los controles necesarios para verificar la correspondencia de la Clave Bancaria Única declarada por el administrado y la CUIT del mismo.

Para iniciar el trámite de liquidación y cobro de reintegros, se presentan ante la aduana donde se oficializo la destinación de exportación, dentro de un plazo de 15 días de finalizado el embarque los siguientes documentos:

- La factura comercial (duplicado y una copia) firmado por el despachante de aduana y el exportador.

¹³ <http://www.iprofesional.com/notas/60056-Los-reintegros-a-exportadores-seguirn-pagando-Ganancias-0>. Recuperado el Martes 24 de Noviembre de 2015

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- Copia del conocimiento de embarque firmado por la agencia de transporte aduanero y el despachante.
- Copia del permiso de embarque firmado por el despachante.

Según la Resolución General N° 1921 de la AFIP (2005), realizada por la necesidad de actualizar los procedimientos por los que se tramitan las Destinaciones de Exportación que se registran a través del Sistema Informático MARIA, el procedimiento continúa de la siguiente manera.

Sobre la base de la información ingresada al Sistema Informático MARIA, el Sistema efectuará diariamente la pre liquidación de los beneficios que corresponda abonarse, verificando previamente:

- Que el Exportador se encuentre habilitado, circunstancia que se controlará únicamente una vez centralizada la orden de pago como paso previo a la acreditación en cuenta.
- Que se haya registrado el "Cumplido" de la operación.
- Que el "Cumplido" se haya registrado "Conforme" o bien que se haya presentado la Declaración Post-embarque.
- " En caso de corresponder, que el BANCO CENTRAL DE LA REPUBLICA ARGENTINA haya informado a la AFIP su conformidad respecto del cumplimiento por parte del Exportador de sus obligaciones relacionadas con la liquidación de divisas, de acuerdo a lo establecido en el artículo 3º de la Resolución General 1281 (AFIP).
- Que se haya registrado la presentación de la factura, guía/conocimiento y otros documentos requeridos por el módulo Arancel.
- Que se haya efectuado el cruce con el manifiesto de exportación, de acuerdo a las pautas establecidas por la DIRECCION GENERAL DE ADUANAS.
- Que no existan bloqueos para el cobro de beneficios. El bloqueo general de cualquier pago se controlará únicamente una vez centralizada la orden de pago y como paso previo a la acreditación en cuenta.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- Que el Exportador haya declarado su CBU de acreditación de los fondos y la misma se encuentre vigente.
- Que la empresa no esté embargada.
- Que se hayan abonado los derechos a la Exportación de la operación en trato de corresponder.
- Que el Exportador no se encuentre enmarcado dentro del Incumplimiento Fiscal establecido por la normativa vigente.

De resultar satisfactorio el resultado de los controles indicados y cumplimentados todos los requisitos operativos y documentales establecidos para la liquidación y pago de los beneficios, el Sistema automáticamente pondrá las liquidaciones en estado motivo AUTO ("A Autorizar").

Todos los reintegros y derechos mencionados se aplican sobre el valor en aduana de las mercaderías que se importan o se exportan para consumo, denominado base imponible.

Incoterms¹⁴

Dada las distintas jurisdicciones y contratos que existen en el mundo, se crean los INCOTERMS con el objetivo de establecer una interpretación común de los términos usuales utilizados en la compra-venta internacional de mercadería. En total hay 11 INCOTERMS, luego de la última revisión realizada en el 2010, que entro en vigor el 1 de Enero de 2011. Cada uno de ellos define claramente las obligaciones del exportador y del importador, el momento de la entrega del material, la responsabilidad del riesgo de la mercancía durante el transporte, el reparto de costes asociados a la exportación (Principalmente transporte y seguro) y la documentación necesaria. Los INCOTERMS establecen reglas internacionales que permiten interpretar y solucionar los problemas derivados de un conocimiento impreciso de las prácticas comerciales utilizadas en los países del comprador y vendedor, según las Reglas Oficiales de la Cámara de Comercio Internacional (CCI), para la interpretación de los términos comerciales.

¹⁴ PROCOMER, <http://www.procomer.com/contenido/descargables/logistica-exportacion/otros/incoterm-2010.pdf>. Recuperado el Jueves 10 de Diciembre de 2015

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Dentro de las cuestiones que no están consideradas por este conjunto de reglas se encuentra la forma de pago y la legislación de los puntos no incluidos en las mismas. También, vale aclarar que no son ley, sino recomendaciones reconocidas como Práctica Internacional Uniforme. Los INCOTERMS no determinan la propiedad de una mercancía (Este punto debe ser previsto en otra cláusula en el contrato de venta)

En la última actualización, que como se mencionó entro en vigor en el año 2011, quedaron determinados en los cuatro grupos que se detallan a continuación:

- Grupo E: Incluye únicamente el término EX Works (En Fábrica), donde el vendedor se obliga a poner la mercadería a disposición del comprador en su establecimiento o lugar convenido (ej. fábrica, taller, almacén, etc.), sin despacharla para la exportación ni efectuar la carga en el vehículo receptor, concluyendo sus obligaciones.¹⁵ Como se denota, su característica principal es la mínima obligación para el vendedor, quien solo debe colocar la mercancía en la puerta de su local, sin ni siquiera cargarla.
- Grupo F: (Sin pago del transporte principal) En todos los Incoterms incluidos en este grupo al vendedor se le encarga que entregue las mercancías a un medio de transporte elegido por el comprador y de acuerdo con sus instrucciones. En este grupo se incluyen los términos FCA, FAS y FOB.

FCA - Free Carrier/Franco transportista- (...lugar convenido)

El vendedor entrega la mercancía y la despacha para la exportación al transportista nombrado por el comprador en el lugar convenido. El lugar de entrega elegido determina las obligaciones de carga y descarga de la mercancía en ese lugar: si la entrega tiene lugar en los locales del vendedor, éste es responsable de la carga; si la entrega ocurre en cualquier otro lugar, el vendedor no es responsable de la misma.

¹⁵ GLS internacional, <http://www.glsinternational.com.ar/incoterms.swf> . Recuperado el Jueves 10 de Diciembre de 2015

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

FAS - Free Alongside Ship/Franco al costado del buque (Puerto de carga convenido)

El vendedor ha cumplido sus obligaciones cuando ha depositado la mercancía al costado del buque, sobre muelle o barcaza (atendiendo a los usos y costumbres del puerto, o del sector, así como a las características técnicas del puerto de carga para evitar sobrecostes), en el puerto de embarque convenido, soportando todos los riesgos y gastos hasta este momento. El vendedor corre con la obligación de despachar de aduana de exportación. El comprador corre, a partir de este momento con todos los costes y riesgos de la mercancía. Esta posición de Incoterm sólo puede ser usada en transporte marítimo, fluvial o lacustre. Suele ir acompañado del puerto de carga elegido.

FOB - Free On Board/Franco a bordo (puerto de carga convenido)

El vendedor ha cumplido sus obligaciones cuando la mercancía, ya despachada de aduana para exportación, ha sobrepasado la borda del buque designado, en el puerto de embarque convenido, soportando todos los riesgos y gastos hasta este momento. El comprador corre, a partir de este momento con todos los costes y riesgos de la mercancía. Esta posición de Incoterm sólo puede ser usada en transporte marítimo, fluvial o lacustre. Suele ir acompañado del puerto de carga elegido. El FOB ESTIBADO debe ser pactado expresamente por las partes como queda el reparto.¹⁶

- Grupo C (Transporte Principal pagado): En este grupo se incluyen cuatro términos que son CFR, CIF, CPT y CIP. A continuación se detalla cada uno de ellos:

CFR: «Cost and Freight» («Coste y flete»)

El vendedor paga los gastos de transporte y otros necesarios para que la mercancía llegue al puerto convenido, si bien el riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transmite de vendedor a comprador una vez haya sido entregada está a bordo del buque en el puerto de embarque y haya

¹⁶ Caja España, http://www.cajaespana-duero.es/galeria_ficheros/empresas/Los_INCOTERMS_1_Introduccion_y_terminologia_I_tcm6-9113.pdf. Recuperado el Jueves 10 de Diciembre de 2015

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

traspasado la borda del mismo. También exige que el vendedor despache la mercancía de exportación. El seguro es a cargo del comprador.

CIF: «Cost, Insurance and Freight» («Coste, seguro y flete»)

El vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo CFR, si bien, además, ha de contratar y pagar la prima del seguro marítimo de cobertura de la pérdida o daño de la mercancía durante el transporte, ocupándose además, del despacho de la mercancía en aduana para la exportación.

CPT: «Carriage Paid To...» («Transporte Pagado Hasta...»)

El vendedor contrata y paga el flete de transporte de la mercancía hasta el lugar de destino convenido. El riesgo de pérdida o daño se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercancía ha sido entregada a la custodia del primer transportista designado por el vendedor, caso de existir varios, el despacho en aduana de exportación lo realiza el vendedor.

CIP: «Carriage and Insurance Paid to...» («Transporte y Seguro Pagados hasta...»)

Este término obliga al vendedor de igual forma que el CPT y además debe contratar el seguro y pagar la prima correspondiente, para cubrir la pérdida o daño de la mercancía durante el transporte, si bien, solo está obligado a contratar un seguro con cobertura mínima.¹⁷

- Grupo D: Los términos «D» son de naturaleza distinta a los términos «C», toda vez que, de conformidad con los términos «D», el vendedor responde de la llegada de la mercancía al lugar o al punto de destino en la frontera o dentro del país de importación convenidos. El vendedor ha de soportar la totalidad de riesgos y de costes para hacer llegar la mercancía hasta dicho destino. De ahí que los términos «D» constituyan contratos de llegada, mientras que los términos «C» son propios de contratos de salida (embarque). Este grupo incluye cuatro términos que se detallarán a continuación:

DAT: «Delivered At Terminal» («Entregado en Terminal»)

¹⁷ Nexport SRL, <http://www.nexportglobal.com/?pag=incoterms>. Recuperado el Lunes 14 de Diciembre de 2015

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

El vendedor realiza la entrega cuando la mercancía es puesta a disposición del comprador en la terminal, puerto o aeropuerto convenido en el país de destino (sin despachar de aduana para la importación). Se interpreta que este incoterm sustituye a los términos DES y DEQ.

La cláusula DAT debe utilizarse únicamente cuando la mercancía sea entregada, después de su transporte por cualquier modo, y descargada del medio de transporte sobre la terminal de carga del destino convenido. Es ideal para el transporte de carga consolidada, ya que permite su desconsolidación en la terminal de transporte en el país de destino.

El vendedor asume todos los costos y riesgos hasta dejar la mercancía en la terminal de transporte designada o convenida (luego de descargar la misma). El seguro del transporte principal está a cargo del vendedor, aunque su contratación no es obligatoria. Los tributos aduaneros de importación están a cargo del comprador.

DAP: «Delivered At Place» («Entregado en un Lugar»)

El vendedor realiza la entrega de la mercancía al comprador a su llegada al lugar de destino convenido, no corriendo con los costos de despacho de aduana para la importación y de descarga de la mercancía. Cuando este punto de entrega de la mercancía es una terminal de transporte, el DAT es el término apropiado a aplicar. Es el sustituto de los términos DAF y DDU.

El vendedor soporta todos los costes y riesgos hasta dejar la mercancía en el punto designado en el país de destino. Los gastos de demoraje que se producen al despachar la mercancía de importación, son asumidos por el vendedor. Estos gastos son aquellos costos y riesgos ocasionados por no despachar oportunamente la mercancía para la importación. No incluyen gastos derivados del movimiento de contenedor, vaciado, llenado, etc. El seguro de transporte principal va a cargo del vendedor. Su contratación no es obligatoria. Los tributos aduaneros de importación van a cargo del comprador.

DDP: «Delivered Duty Paid» («Entregado Con Pago de Derechos»)

En este término el vendedor realiza la entrega de la mercancía al comprador, despachada para la importación y no descargada de los medios de transporte

a su llegada al lugar convenido del país de la importación. El vendedor asume todos los gastos y riesgos, incluidos derechos, impuestos y otras cargas por llevar la mercancía hasta aquel lugar, una vez despachada en aduana para la importación.

Documentación necesaria para exportar

Documentación necesaria para importar/exportar¹⁸

- **Factura Comercial**

Documento privado que emite el vendedor o el prestador de un servicio, mediante el cual se registra la transacción comercial efectuada. Es obligatorio emitir facturas de exportación identificadas con la letra "E". Sus funciones se remiten a acreditar la transferencia de la propiedad de la mercadería, ser la base de cálculo para las obligaciones tributarias, respaldar la contabilidad de los sujetos que intervienen, y servir de prueba para numerosos procedimientos, como por ejemplo, el cobro de los reintegros a la exportación. La factura comercial definitiva es el documento que describe las mercancías por lo tanto, debe contener información referente a la aduana de salida del país de origen y puerto de entrada del país de destino, nombre y dirección del vendedor, nombre y dirección del consignatario, descripción detallada del mercancía, cantidades peso y modalidades del embarque, precio de la mercancía, especificando el tipo de moneda y señalando su equivalente en moneda nacional (sin incluir IVA), tipo de divisas, condiciones de venta, lugar y fecha de expedición¹⁹

- **Lista de Empaque**

Es emitida por el exportador que a través de ella comunica información sobre la disposición física de la carga, para de esta manera facilitar, tanto las operaciones de transporte y manipuleo físico, como la identificación del contenido de los bultos sin necesidad de su apertura, con fines de verificación u organización de la estiba o almacenaje. Según las características del

¹⁸ Fratolocchi 2002, Como exportar e importar, Editorial Cangallo, Buenos Aires.

¹⁹ Europagfes, s/f, http://www.europages.com/filestore/gallery/e8/f2/10778017_abddeffd.pdf.
Recuperado el Miercoles 16 de Diciembre de 2015

producto, este documento será reemplazado por los que se consideren más apropiados, como por ejemplo la lista de pesos.

- Documento de Transporte

Documento que prueba el contrato de transporte y otorga a su poseedor el derecho a disponer de las mercaderías, es decir su tenencia y titularidad son imprescindibles para retirar las mercaderías a su llegada en destino. Dentro de sus funciones se encuentran: dar testimonio de la entrega de mercaderías al transportista, probar el contrato de transporte y facilitar la circulación comercial de las mercaderías. Según el medio de transporte este se llamará:

- Conocimiento de Embarque (Bill of Lading): Utilizado para el transporte marítimo. Para permitir la consolidación de la carga y la reventa de los flete se utilizan los “conocimientos madres”, que son los que emite la compañía marítima, y los “conocimientos hijos” que son emitidos por los agentes de carga (freight forwarder).
- Carta de Porte: Es el documento más importante en las cargas terrestres dado que cumple las mismas funciones que el conocimiento de embarque marítimo, es decir que concede la titularidad de la mercadería al poseedor del mismo. Por lo general, este es emitido por la compañía de transporte terrestre, y en el figuran los siguientes datos: exportador. Consignatario, importador, lugar y fecha de emisión, detalle de la carga (peso, cantidad, volumen, bultos), descripción, flete (si es pagado o pagadero en destino y monto), ruta y plazo del transporte, marcas y números, aduana de salida del país exportador y aduana de entrada del país importador, formalidades para el despacho de la mercadería, declaración del valor de la mercadería y documentos anexos (copias de factura, certificados, etc.). De acuerdo a los requerimientos bancarios y de lo oportunamente acordado entre el exportador y el importador, los documentos originales de la mercadería pueden viajar con el medio de transporte o ser enviados por separado.

20

²⁰ Orbetraders, <http://www.orbetraders.com.ar/index.php?id=31>. Recuperado el Miercoles 16 de Diciembre de 2015

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- Guía Aérea (Airway Bill): Documento del transporte para el medio aéreo. La compañía aérea emite guías madres (MWB), y los agentes de carga (freight forwarder) emiten guías hijas (HWB).
- Póliza del Seguro

Las compañías aseguradoras la para acreditar la celebración del contrato el cual ampara los riesgos derivados del transporte de las mercaderías. La póliza posee todas las condiciones de la contratación, a diferencia del certificado que es solo una declaración unilateral de la compañía o el agente asegurador que acredita que se ha celebrado un contrato, pero no es el instrumento del contrato mismo.

- Certificado de Origen

Documento que certifica el origen de las mercaderías y se emite para ser presentado por el importador ante las autoridades del país de destino de la mercadería, por ejemplo ante un tratado de preferencia arancelaria. No es obligatorio para exportar pero sí lo es para importar. Se lo asocia a la exportación porque al serle exigido al importador para nacionalizar la mercadería en destino, este se lo suele exigir al exportador como condición de la compra. Estos certificados se emiten de acuerdo a las normas de origen, las cuales se clasifican en preferenciales y no preferenciales. Las preferenciales son las que establecen los gobiernos para que los importadores gocen de beneficios o preferencias arancelarias con determinados países. En cambio, las normas de origen no preferenciales suelen ser establecidas por el país del importador con fines no arancelarios como por ejemplo, para realizar controles estadísticos de la importación.

- Certificados Zoosanitario y Fitosanitario

Son documento emitidos por las autoridades sanitarias del país, los cuales son reconocidos por las autoridades del país importador en virtud de convenios internacionales vigentes, mediante los cuales se certifican las regulares condiciones sanitarias de los embarques de productos y subproductos de origen animal o vegetal. Muchas veces, en estos certificados

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

figuran leyendas donde se indica que la mercadería se ha sometido a determinado tratamiento preventivo o que se encuentra libre de determinada plaga o epidemia. En nuestro país esto certificados son emitidos por el SENASA.

- **Certificado de Calidad Orgánica**

Este documento permite acreditar que determinada mercadería de origen animal o vegetal ha sido obtenida cumpliendo las condiciones que se requieren para ser considerados “productos orgánicos” en cualquier parte del mundo. La posición de orgánico garantiza que el producto ha estado y está libre de contaminantes en todo el proceso de obtención y comercialización. Este certificado lo emiten las entidades públicas y privadas especialmente habilitadas. En nuestro país lo emite la empresa Argencert.

- **Certificado de Inspección de Pre Embarque**

El fin del mismo es acreditar determinadas condiciones de la mercadería al momento del embarque. La inspección de pre embarque puede tener origen en una exigencia gubernamental o bien en un acuerdo entre comprador y vendedor para certificar cantidad y calidad.

La forma del envío de la documentación de embarque generalmente depende del medio de transporte que se utilice. En el transporte marítimo, se deberá enviar la documentación en forma separada de la carga, utilizando normalmente couriers. En el caso del transporte aéreo, el envío se realiza en un sobre abrochado al juego de copias de las guías aéreas que acompañan la carga. Por último, en el transporte terrestre, los documentos se suelen entregar al transportista, para que este los lleve junto a la carga y los entregue al importador en el momento de arribo.

- **MIC/DTA (Manifiesto Internacional de Carga - Declaración de Tránsito Aduanero)**

Este documento es utilizado solamente en la modalidad de transporte terrestre de cargas por carretera, y especialmente con los países que son limítrofes a la Argentina, en cargas de exportación y tránsito. Su función esencial es contener los datos del medio de transporte que lleva la

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

mercadería, dado que es un documento que es aceptado en ambos lados de las fronteras Además, contiene los datos referidos a la descripción de la mercadería, aduanas de salida y destino, lugar de cruce, duración del viaje, número de precinto, embarcador, destinatario, transportista, N.C.M. y fecha de emisión y carga efectiva. Todos los campos de este formulario están descriptos en el idioma castellano y portugués.

Precio FCA

Para empezar, FCA significa Franco Transportista o Free Carrier, en el cual el vendedor hace entrega de la mercadería cuando pone la misma a disposición del comprador en el lugar acordado. El lugar de entrega elegido influye en las obligaciones de carga y descarga de las mercancías en ese lugar. Si la entrega tiene lugar en los locales del vendedor, el vendedor es responsable de la carga. Si la entrega ocurre en cualquier otro lugar, el vendedor no es responsable por la carga.

Este término puede emplearse en el transporte multimodal.

Para el cálculo del precio FCA, se utiliza la siguiente formula:

$$CT + [(IIT + IID + CAg f) \times \%R] - (IIT \times \%DN)$$

$$FCA = \frac{\quad}{1 + \%R - (\%CAg \times \%R) - \%DN - \%CAg - \%HonDA - \%O - \%UIG^{21}}$$

En donde CT, representa el Costo Total del producto. El costo total incluye:

- *Gastos de Producción:* Se incluyen los costos de materias primas y materiales, tanto nacionales como importados (en el caso de insumos los importados incluye tanto los insumos importados en forma directa por el exportador como los insumos importados temporalmente para perfeccionamiento industrial). Cabe aclarar que los insumo de origen importado pero comprados en plaza local (es decir que fueron nacionalizados por terceros) se tratan como si fueran materia prima nacional. También participan en este rubro las erogaciones por mano de obra y cargas sociales.

²¹ <http://www.camcomext.com.ar/exportador/Manual-del-exportador5.0.pdf>. Recuperado el Viernes 18 de Diciembre de 2015

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Finalmente, deben agregarse en este ítem otros gastos no detallados pero vinculados directamente a la producción del bien a exportar.

- *Gastos de Exportación*: Este rubro recepta todos los gastos efectuados en moneda corriente y que se encuentran directamente relacionados con la operación de exportación como manuales, folletos, envases, embalajes, almacenajes, seguros, gastos de carga, gastos bancarios, gastos del despachante de aduanas y del agente de transporte no expresados como porcentaje del precio FOB (fotocopias, trámites, etc.) y comisión de agente expresada en unidades monetarias.
- *Gastos de Administración, Comercialización y Financieros*: Se incluyen los gastos convencionales de administración, comercialización y financieros pero que están ligados al proceso de exportación como por ejemplo los gastos del departamento exportación, gastos de publicidad en el exterior, viajes y estadías en el exterior para promoción comercial, intereses, avales y garantías por operaciones de pre financiación de exportaciones así como todo otro gasto administrativo, comercial o financiero directamente vinculado al proceso exportador.
- *Estímulos (cuya base de cálculo no es el FOB)*: Aquí deben incluirse aquellos beneficios a la exportación que no se vinculan con el valor FOB, básicamente el reintegro por Draw Back (restitución de impuestos pagados por la importación definitiva de insumos destinados al bien a exportar). Al corresponder el ítem a un beneficio y no un costo, aparece restando en la sumatoria de los costos medidos en unidades monetarias.
- *Utilidad e Impuesto a las Ganancias*: Este rubro tiene significado e incorporará algún monto en la medida que la utilidad prevista para la operación de exportación se calcule como un monto fijo en moneda corriente y no como un porcentaje del costo del producto. La misma explicación es válida para decidir la inclusión o no del impuesto a las Ganancias.

Los demás términos significan:

- *IIT* = insumos importados en Admisión Temporal para perfeccionamiento industrial.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- *IID* = insumos importados en forma directa, con pago de derechos de importación.
- *CAg f* = comisión de agente expresada en unidades monetarias.
- *%R* = % de Reintegros a la Exportación
- *%DN* = % Derechos a la Exportación, neto de insumos importados en Admisión Temporal, calculado según siguiente fórmula:

$$\%DN = \%D / 1 + \%D$$

- *%CAg* = % de Comisión de Agente.
- *%HonDA* = % de Honorarios del Despachante de Aduana. Generalmente esta corresponde a un 1%, es decir a 0,01.
- *%O* = % de Otros Gastos que se coticen en función del Valor FOB.
- *%UIG* = % de Utilidad más Impuesto a las Ganancias en proporción del FOB. Este ítem se incluye en la medida de que los mismos se calculen como porcentaje del precio FOB, constituyendo una alternativa a su inclusión en el costo total

Precio CIP

Para poder llevar a cabo el cálculo de dicho precio se le agrega al precio FCA el seguro y el transporte internacional a utilizar.

- Seguro internacional: Es la prima que se paga por la cobertura de posibles riesgos acaecidos a la mercadería durante su traslado. el exportador tendrá obligación de contratar el seguro de transporte internacional en los casos en que en el contrato de compraventa internacional las partes hayan pactado condiciones CIF o CIP en lugar de destino.
- Transporte internacional: Es una pieza fundamental en la cadena logística internacional, ya que sobre él recae la entrega de la mercancía en el momento y lugar preciso, siendo la fiabilidad, eficiencia, rapidez y flexibilidad requisitos fundamentales.

Precio DDP

Para el cálculo de dicho precio se necesita tener en cuenta al flete interno del país de origen. También se tienen que agregar los costos de nacionalización del producto. Los costos de nacionalización del producto tienden a variar de acuerdo al país que se quiera ingresar.

Selección del mercado internacional²²

Según Philip Cateora, la evaluación de los distintos mercados internacionales que se presentan, junto a las ventajas que cada uno posee para la comercialización del producto nos ofrecerá una posibilidad de análisis y sondeo mediante el cual se podrá eliminar aquellos cuyas características no sean compatibles con lo que se busca lograr. En contrapartida, la investigación nos va a orientar en la búsqueda de destinos que ofrezcan un potencial mayor acorde a nuestras expectativas.

El modelo de selección que se aplicara será el modelo de filtros propuesto por Jeannet- Hennesey (1997) que combina diferentes criterios y permite comparar la situación de los países estudiados.

Mediante un análisis externo se procurara descubrir amenazas y oportunidades en cada uno de los países y/o regiones que se tienen como opción penetrar, así como también uno interno evaluando las fortalezas y debilidades de la compañía respecto a cada uno de ellos. De especial importancia es analizar cómo se adaptan los objetivos, recursos y capacidades de la empresa al mercado.

Para llevar a cabo la selección de los mercados internacionales se utilizaran 3 filtros:

El primero de ellos está vinculado a un análisis a nivel macro de cada una de las opciones, analizando factores económicos como ser el PBI, factores políticos, relaciones bilaterales, pertenencia a bloques económicos, y factores legales relevantes. Dichos factores serán eliminatorios, de esta manera estableciendo un mínimo a partir del cual los países pasaran al siguiente filtro.

²² Jeannet y Hennesey "Global marketing Strategies", 1997.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Tanto los factores como del primer y segundo filtro, son externos y no controlados por la empresa cliente.

El segundo filtro consiste en un análisis micro de cada país, definiendo una serie de criterios e indicadores relevantes para nuestro producto. Para empezar, se analizan sintéticamente cada uno de los países seleccionados en cuanto a economía, transporte, regímenes de comercio, aranceles, entorno financiero, actualidad, etc. Luego se realizaron ponderaciones de cada indicador según el grado de importancia o incidencia que este tenga en la comercialización de nuestro producto, para con la clasificación siguiente de cada país, el producto de ambos números represente su potencialidad.

El último filtro consiste en realizar un análisis a nivel interno para comprobar la compatibilidad entre los recursos y las competencias de nuestra empresa, y los diferentes mercados. Entre otras cosas se analizara, la Imagen país, distancias psicológicas y culturales que pueden entorpecer la negociación, nuestra experiencia internacional previa en relación a la complejidad que presenta el mercado extranjero, capacidad competitiva y relaciones en el mercado.

Estrategias de penetración de mercado²³

Exportación como estrategia de ingreso

Dado que muchos mercados nacionales no ofrecen una oportunidad suficientemente amplia en materia de ventas, o contienen una demanda volátil como para justificar la producción local, la exportación permite a la empresa producir para numerosos mercados, obteniendo así economías de escala. También, por ejemplo para productos estacionales, brinda la oportunidad de tener una constancia a nivel ventas durante todo un periodo. De acuerdo a donde se localice el intermediario, en caso de que exista, podemos identificar:

- *Exportación indirecta*: En este tipo de operaciones participa un intermediario localizado en el mercado doméstico, el cual asiste a la empresa a contactar compradores externos. Es ideal para empresas que no poseen experiencia, ya que esta opción les proporciona conocimiento

²³ Osvaldo J. Marzorati, "Derecho de los negocios internacionales", 3ª edición, 2003.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

del mercado externo y sus condiciones, brindado por el intermediario. Los tipos comunes de intermediarios son Brokers, agentes de exportación y agentes.

- *Exportación directa:* una empresa exporta directamente cuando el intermediario en la operación está localizado en el mercado externo. En este caso, la empresa toma a su cargo las negociaciones con lo cual se requiere otro nivel de preparación dentro de la empresa. Como beneficio, se puede decir que esta alternativa genera un mayor nivel de control sobre los canales de distribución si la comparamos con la indirecta. Las figuras típicas dentro de esta modalidad son los Agentes y Distribuidores, y muchos mercados, dado su complejidad o por una medida proteccionista, exigen la alianza con figuras locales.
- *Subsidiaria de ventas:* Muchas empresas exportan directamente a una subsidiaria propia en el exterior dejando de lado a intermediarios. Esta asume el rol de distribuidor independiente realizando el almacenamiento, la venta y asumiendo los riesgos crediticios. El control sobre la distribución en este caso es pleno, útil principalmente para empresas que venden productos que requieren de capacidades diferenciales en su personal de ventas. Desde ya, el compromiso y la inversión a realizar serán mucho mayores. Para tomar una decisión de este tipo, se debería conocer cuál es el volumen de ventas que nos permita ganar un monto tal, en concepto de comisiones (Que antes ganaba el intermediario), que sirva o justifique los costos fijos de la operación en el exterior. Así, se concluye que mientras mayor sea el volumen de ventas en unidades, mayor incentivo se tendrá para pasar de un intermediario a una subsidiaria propia. También asume un rol importante la pérdida del control del canal de distribución, el cual puede ser valorado y generar un cambio de estrategia.

Licencias como método de ingreso

Bajo la licencia, una empresa asigna el derecho a una patente (que protege un producto, una tecnología o un proceso) o una marca (que protege el nombre de un producto) a otra empresa por una suma fija o variable anual, o

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

por un monto fijo de dinero. Una de las ventajas de esta modalidad es que la empresa puede ganar mercado sin realizar inversiones en el mercado externo. La licenciataria en el exterior gana el derecho de comercializar, o explotar una patente o marca, ya sea de manera exclusiva en una determinada área geográfica o bajo otras condiciones.

Ventajas de esta modalidad:

- Falta de conocimiento o tiempo para involucrarse activamente en ventas internacionales.
- Potencial del mercado externo muy pequeño que no justifique la inversión. A la vez para una empresa con escasos recursos puede ser una oportunidad tener un licenciataria que venda sus productos en el exterior.
- Limitaciones en cuanto a la capacidad productiva.
- Mercados con situaciones políticas y económicas inciertas, que hacen demasiado riesgosa una inversión directa. También prohibiciones de tipos comerciales, por ejemplo a la importación, hace que la licencia pueda ser útil como estrategia de ingreso.

Desventajas de las licencias:

- Dependencia substancial del licenciataria para producir beneficios y por lo tanto royalties (En el caso que la suma sea variable en función de las ventas)
- Incertidumbre sobre la calidad del producto, lo cual podría provocar una pérdida de imagen de la empresa en el mercado extranjero.
- Posible creación de un competidor en el mercado extranjero.

Franquicia

Podemos describir la franquicia comercial como un contrato por el cual el franquiciante permite al franquiciado comercializar un cierto producto o servicio, bajo su marca y símbolo, contra el pago de un derecho de entrada, de una regalía o de ambas. El franquiciante pone a disposición un programa

de marketing total, incluyendo marca logotipos productos métodos de producción y de operación. El grado del control que se puede ejercer mediante el contrato es mayor, por lo cual disminuirá la incertidumbre sobre la calidad del producto o servicio que el franquiciado comercie.

A través de esta figura se puede penetrar rápidamente nuevos territorios, cruzando límites estatales o administrativos. Dado que el franchising es un acuerdo de ejecución continuada por el cual una de las partes aprovisiona a otra u otras, se lo ha identificado como un contrato de suministro. Vale aclarar que la franquicia comercial supone también un contrato de licencia de marca, de transferencia de tecnología, de know how o de asistencia técnica. La Cámara de Comercio Internacional (1957) definió el know-how como la totalidad de conocimientos del saber especializado y de la experiencia volcada en el procedimiento y en la realización técnica utilizados en la fabricación del producto.

El franquiciante tiene tres obligaciones: proveer el producto o servicio objeto de la franquicia, entrenar al franquiciado y prestarle su asistencia permanente.

Producción local como estrategia de ingreso

Comparando este método con los anteriores, son numerosas las variables que se deben incluir en el análisis a la hora de decidirnos a producir localmente. Se requiere una evaluación completa de un proyecto de inversión que tenga en cuenta costos, ventas, demanda, cuestiones legales, políticas, etc. Las alternativas que se presentan a la producción en el mercado externo son:

A) *Contrato de manufactura*: Bajo este tipo de contrato la empresa conviene hacer producir su producto por una compañía local independiente sobre la base de un contrato. La empresa internacional en este caso “alquila” la capacidad productiva para evitar la inversión de una planta en el mercado externo. La alternativa presenta menos riesgos cuando los procesos de producción son ampliamente conocidos y no hay posibilidad de copia.

B) *Ensamblado local*: Se localiza solo las últimas etapas del proceso de manufactura del producto en el mercado externo. Esto implica la utilización

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

intensiva del factor trabajo, por lo cual se utilizará principalmente en países cuyos costos laborales sean bajos, trasladando las operaciones más intensivas en este aspecto que la empresa realiza.

C) *Operación de producción integrada en el mercado externo*: Esta modalidad representa el mayor grado posible de compromiso de la empresa. Se adopta cuando la demanda en el mercado es segura y con volúmenes que justifiquen la inversión. Los costos de transporte y los impuestos de importación, pueden funcionar como otro incentivo a la hora de tomar esta medida.

Los motivos que impulsan esto, en general, son los siguientes:

- **Ganar mercado**: En función del producto el cliente puede exigir un compromiso elevado de la empresa para con el mercado, siendo esta la única herramienta para la venta efectiva. Esto se da generalmente en productos con servicios de post venta asociados.
- **Defenderse de la competencia**: La inversión se da para proteger un mercado ya ganado en este caso. Generalmente la decisión se toma luego de cambios en variables económicas y/o políticas que hacen necesaria la estrategia.
- **Moverse con un cliente establecido**: Si la empresa es proveedora de otra en el exterior, puede utilizarse esta como piedra angular en la elección de la estrategia. Esto se da cuanto se vende insumos críticos, que a la empresa compradora le sirve tener cierto grado de control sobre el mismo.

Joint Venture²⁴

En esta modalidad se pone en juego el grado de propiedad que la empresa tendrá en la operación del exterior. Bajo un contrato de Joint Venture, la empresa invita a un socio externo a invertir como propietario de la empresa a ser creada en el exterior. En función del porcentaje de propiedad de cada parte, la empresa inversora puede perder control e independencia, o si por ejemplo posee estrictos procedimientos en materia administrativa y de operaciones, puede que el potencial socio no los acepte. El destino de las

²⁴ Guía de Estudio Comercialización I. María Beatriz Ricci. 2005

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

utilidades (Repartir dividendos o reinvertir) es otro elemento clave en estas asociaciones.

Las razones por las cuales en determinados casos se elige esta estrategia son las siguientes:

- Con un socio la empresa puede compartir los riesgos de la operación.
- El socio puede poseer importantes conocimientos del mercado.
- El socio puede tener un cliente importante.
- El socio puede tener importantes contactos gubernamentales.
- El socio puede tener los canales de distribución del producto.

Alianzas Estratégicas

En este caso no es un requisito la formación de una nueva empresa, sino que con un menor grado de compromiso las empresas destinan recursos para lograr objetivos específicos comunes. En las alianzas los socios aportan una habilidad o recurso en particular, los cuales normalmente son complementarios, y uniendo experiencias esperan obtener beneficios adicionales a los que obtenían compitiendo de forma individual.

Consortio de exportación

De acuerdo a la fundación ExportAr, un consorcio de exportación es “un agrupamiento de empresas integradas con un objetivo común que actúan de forma interdependiente potenciando sus fortalezas y minimizando sus debilidades para insertarse en el comercio internacional”²⁵.

Las ventajas en la formación de consorcios residen entre otras cosas en la reducción del costo de inexperiencia, la diversificación de mercados, el incremento de la oferta exportable, el establecimiento de nuevos contactos comerciales, la penetración de nuevos mercados y la reducción de las fluctuaciones estacionales en las ventas. También a través de la conformación de los mismos, el poder negociador con entidades gubernamentales puede aumentar, se pueden optimizar empaques

²⁵ <http://www.exportar.org.ar>. Recuperado el Jueves 10 de Diciembre de 2015

reduciendo costos, crear una imagen regional y posibilitar alianzas en el extranjero.

Contratos

El artículo 1137 del Código Civil nos dice que: “Hay contrato cuando varias personas se ponen de acuerdo sobre una declaración de voluntad común, destinada a reglar sus derechos”. Hay que tener presente que no todo acuerdo de voluntades, necesariamente implica un contrato, este es el instrumento jurídico que implica la unión de la oferta y la demanda. Fundamentalmente, al realizar un contrato con las formas establecidas por ley, estamos creando derechos y generando obligaciones para ambas partes, con una mayor seguridad jurídica. De acuerdo a la definición que nos brinda el artículo procederemos a analizar dos elementos de la misma:

- *Dos o más personas:* De forma excluyente, se afirma que para que haya contrato debe haber como mínimo dos personas, que pueden ser tanto físicas como jurídicas.
- *Acuerdo de voluntad común:* Por medio de la autonomía de la voluntad, principio fundamental de los contratos, las partes llegan a un acuerdo, deciden si contratan o no y cuáles serán sus derechos y obligaciones. Es importante señalar que las partes pueden pactar libremente, con la única restricción de no violar la ley o la moral. Una vez establecido el contrato, el Art 1197 del Código Civil nos dice que: “Las convenciones hechas en los contratos forman para las partes una regla a la cual deben someterse como a la ley misma”.

Los contratos internacionales según Arese (2000), por oposición a los nacionales, son aquellos que poseen un elemento extranjero. Sin embargo, y si bien desde el punto de vista teórico la presencia de un elemento no nacional debería transformar el contrato en internacional, desde un punto de vista positivo la presencia de ciertos elementos nacionales no resulta relevante.

Teniendo en cuenta las normas del Derecho Internacional Privado argentino, tanto interno como convencional, calificamos como internacional a un contrato

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

si está destinado a cumplirse en una jurisdicción distinta de la de su celebración; o si su celebración se vincula a varios sistemas jurídicos en razón de que los domicilios o establecimientos del oferente y del aceptante se encuentran radicados en diferentes países.

La autonomía de la voluntad reconoce en el ámbito de los contratos internacionales dos modalidades:

- *Autonomía conflictual*: Consiste en la facultad de las partes de elegir la ley o leyes que han de regular el contrato.
- *Autonomía material*: Faculta a las partes para incorporar al contrato cláusulas creadas por las mismas y en virtud de las cuales pueden, incluso, excluir las normas imperativas del derecho privado competentes y aplicables al contrato. La incorporación de dichas cláusulas puede efectuarse mediante la creación autónoma de normas materiales, actuando las partes como legisladores, o a través de la transcripción de normas extranjeras o remisión a las mismas.
- La autonomía de la voluntad en los contratos internacionales no es alcanzada por las limitaciones locales, y solo se detiene ante los principios del orden público internacional y las normas de policía de la *lex fori* y del Estado extranjero económicamente vinculado al contrato.

A efectos prácticos, Marzorati (2003) define los siguientes tipos de contratos:

Contrato de Agencia

Es uno de los más conflictivos del derecho internacional de los negocios dada las diferentes visiones acerca del alcance de la responsabilidad, su significación con respecto a terceros, etc. Unidroit ha formulado el siguiente concepto de contrato de agencia: "Es un contrato por el que una parte, agente comercial, se obliga de manera permanente a negociar la venta y compra de bienes por cuenta de otra persona, determinada principal, o a negociar y concluir tales transacciones por cuenta y en el nombre del principal; este último se obliga a remunerar los servicios del agente comercial mediante el pago de una comisión o de otra manera".

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Las obligaciones del agente aquí son: Usar una diligencia razonable en el manejo de la gestión que le ha sido confiada (Este es un patrón de conducta, un estándar de contenido fiduciario del derecho anglosajón); revelar todos los hechos decisivos o conducentes de la relación con su cliente a su principal; no aceptar ventajas personales como comisiones o pagos indebidos (Lealtad y buena fe); no divulgar información confidencial que se hubiera obtenido durante el curso de la relación, y rendir cuentas a su principal, a cuyo efecto de mantener todos los registros y comprobantes pertinentes. Entre sus derechos se encuentran: la remuneración en el modo que se haya pactado, y la exclusividad que protege la clientela y otros elementos contruidos por el agente.

En cuanto al principal, cabe destacar que si el contrato se le atribuyó al agente en una zona de operaciones, no puede concretar negocios en ella sin que este intervenga, salvo que le reconozca una comisión indirecta. El agente percibe su comisión no solo por los negocios que celebra personalmente, sino también por los que el principal lleve a cabo en su zona.

La finalidad de esta figura es que el fabricante comercialice su producción, a través de la organización comercial independiente de un tercero quien no solo promueve la venta de sus bienes, sino también la de servicios. Dos razones explican la conveniencia de esta figura, la primera se relaciona con una justificación económica muy clara: representar de forma independiente los intereses de un fabricante o comerciante en un territorio permitiendo al principal intentar sin riesgo la penetración en lugares donde no estaba presente y en los que una organización de ventas por empleados directos sería muy costosa. La segunda consiste en que, en los negocios internacionales, ciertos fabricantes son reticentes a invertir capital o establecer sucursales o subsidiarias en países extranjeros, y esta figura no exige mayores inversiones.

Contrato de distribución

Este contrato tiene una repercusión significativa en el comercio internacional ya que concentra en una sola todas las funciones necesarias para que una empresa comercialice sus productos. La doctrina lo define como el contrato

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

en el cual el productor o fabricante conviene en suministrar un producto determinado al distribuidor quien lo adquiere para proceder a su colocación masiva, a nombre propio y por su propia cuenta, en una zona prefijada. El distribuidor, a diferencia del agente, es una persona física o jurídica independiente, es decir compra los bienes del productor y los vende a estos asumiendo los riesgos de la negociación, y obteniendo el beneficio económico que consiste en el margen de reventa que le aplique.

La Cámara de Comercio Internacional ha difundido el siguiente modelo de distribución internacional, focalizado en la importación y distribución exclusiva de mercaderías:

- *Obligaciones de la empresa fabricante:* Entregar un producto idóneo; informar el valor de venta con antelación suficiente; entregar los bienes que se revenderán en tiempo, forma y cantidad previstas; no realizar por sí o por terceros operaciones en la zona de distribución salvo pacto en contrario; y cumplir con las prestaciones de publicidad estipuladas
- *Obligaciones del distribuidor:* contar con una organización empresarial apta; distribuir el producto con exclusividad a favor del concedente; cumplir con el mínimo de compras convenidas; actuar en la zona delimitada; permitir el control por parte del concedente; mantener la mercadería en estado satisfactorio; pagar las facturas por los productos obtenidos; y promover los productos invirtiendo en publicidad.

Vale aclarar que esta figura no consiste en una mera suma de compraventas independientes, sino que existe una relación estable entre los sujetos a través de todas ellas, aun cuando no haya un precio determinado. Este contrato desnaturaliza la compraventa como negocio base, ya que si bien hay una efectiva transferencia de dominio, no es esta la finalidad tenida en cuenta al formalizar el acuerdo de voluntades. El fin último de la distribución es la intermediación para vender productos.

Contrato de concesión comercial

En el ámbito internacional, el contrato de concesión comercial no tiene identidad propia como si la tienen la agencia, distribución o la franquicia.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Tampoco existe ninguna convención internacional de la materia, de hecho la concesión comercial ha sido principalmente una forma idónea de distribuir vehículos automotores. Champaud (1963) ensayó lo que constituye una definición clásica de la concesión comercial: “La convención por la cual un comerciante, denominado concesionario, pone su empresa de distribución al servicio de un comerciante o industrial denominado concedente, para asegurar, exclusivamente sobre un territorio determinado y por un tiempo limitado, y bajo la vigilancia del concedente, la distribución de productos de los que se le ha concedido el monopolio de la reventa”

El concesionario tiene las ventajas de limitar su riesgo comercial protegido por el respaldo técnico del concedente y con el respaldo de una red de concesionarios en los que encuentra sustento y cooperación. Además este goza de un monopolio sobre el territorio que el propio concesionario juzgue apto.

En cuanto a las obligaciones del concesionario podemos nombrar : Aprovecharse exclusivamente del concedente; comprar para revender una cantidad mínima de productos; tener instalaciones adecuadas para la venta y el servicio; prestar un servicio de garantía y mantenimiento; respetar el territorio de los demás concesionarios; mantener un inventario de repuestos acorde con sus responsables de ventas; promover la venta de los productos objeto de la concesión y participar en campañas de publicidad; adoptar sistemas administrativos, financieros y contables del concedente ; y no comercializar productos que compitan con los del comerciante. Sus derechos consisten en: Otorgar el privilegio de reventa de los productos en una zona determinada y usar gratuitamente la insignia y nombres comerciales del concedente.

Respecto al concedente, sus obligaciones apuntan a: suministrar bienes al concesionario de acuerdo con los ritmos y compromisos de entrega pactados; no invadir su zona con nombramientos adicionales, respetando la exclusividad; proveer al concesionario de repuestos y partes; establecer políticas de garantía, talleres de comercialización y suministro, uniformes para toda la red; promover y publicitar los productos en forma global; y

proporcionar a los concesionarios información técnica y capacitación para mejor atención del usuario.

Marketing Mix²⁶

El marketing se nutre de cuatro factores, denominados como las variables controlables del marketing, también denominadas como “Las 4 P”, las cuales son producto, precio, plaza y promoción. A la mezcla de estos cuatro elementos, se lo conoce como el marketing mix.

Estrategia de producto²⁷

El diseño del producto es un factor clave para determinar el éxito en el marketing global. En algunas instancias, con un cambio en el diseño pueden incrementarse las ventas. No obstante, los beneficios de tales incrementos de ventas potenciales tienen que ser comparados con el costo de cambiar el diseño del producto y su prueba de mercado. Las empresas globales necesitan considerar cuatro factores cuando toman decisiones de este tipo:

- Preferencias
- Costes.
- Leyes y regulaciones
- Compatibilidad del producto con el entorno en el cual se usa. (Clima, idioma, etc.)

Dentro de las leyes y regulaciones tenemos lo que se denominan barreras no arancelarias. Estas barreras son requerimientos y legislaciones variadas que pueden dar a entender que son regulaciones imparciales, pero muchas veces su objetivo es restringir o eliminar la competencia extranjera. La intención que existe detrás de la regulación es un factor importante, una prueba de ello es si afecta a todas las compañías o solamente a las extranjeras.

Otro de los hechos que se dan en el Marketing Global es la existencia de actitudes estereotipadas hacia productos extranjeros que pueden favorecer o complicar los esfuerzos del comerciante. Estas actitudes pueden variar

²⁶ Arese, Hector Felix, 1999. “Comercio y marketing internacional” Editorial Norma, Buenos Aires.

²⁷ Warren J. Keegan, 1997. “Marketing global”, 5ta edición.

alrededor del mundo, y pueden ser tanto percepciones positivas, como también, negativas.

Expansión geográfica y sus alternativas estratégicas

Cuando una compañía tiene un producto de mercado en un único país o en múltiples países, puede elegir entre cinco principales alternativas estratégicas para extender esta base a otros mercados geográficos:

Estrategia 1: Extensión producto – mensaje (extensión dual):

Esta consiste en comercializar a otros países, el mismo producto, con la misma publicidad y lineamientos promocionales que la empresa realiza en el país de origen. La estrategia de ampliación del producto mensaje tiene un atractivo enorme para las compañías globales dados los ahorros de coste que se asocian con este enfoque. Las dos fuentes de ahorros más obvias son la producción de economías de escala y la eliminación de la duplicación de costes de investigación y desarrollo del producto. También son importantes las ventajas relacionadas a la estandarización de las comunicaciones en marketing. Aunque estos ahorros son importantes, no deben distraer a los ejecutivos de los objetivos más importantes que pueden requerir el uso de una estrategia de adaptación o invención.

Estrategia 2: Extensión del producto – adaptación del mensaje.

Utilizada cuando el producto cubre una necesidad distinta a la que cubre en mi mercado actual, atrae a otro segmento o sirve para otra función. Bajo estas condiciones, es obligatorio hacer un ajuste en la comunicación. El atractivo de la estrategia de adaptación del mensaje y ampliación del producto es su coste de implementación relativamente bajo. Dado que el producto no se cambia, se evita la investigación y el desarrollo y el establecimiento de producción. Los costes de este enfoque se asocian a la identificación de las funciones o necesidades diferentes que cubre el producto, y la revisión del mensaje del marketing alrededor de la nueva identificación.

Estrategia 3: Adaptación del producto- extensión del mensaje

Cuando un producto está destinado a satisfacer las mismas necesidades y cumplir la misma función bajo condiciones ambientales diferentes, puede ser

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

necesaria una estrategia de este tipo. Algunos ejemplos serían adaptar la gasolina a los motores del país, los jabones en polvo a las condiciones del agua local, o las semillas a una determinada tierra, sin cambiar el mensaje publicitario.

Estrategia 4: Adaptación dual

Se utilizaría esta estrategia cuando, al compararse un nuevo mercado geográfico al mercado del país de origen, se descubran condiciones ambientales, de uso, o de preferencias del consumidor que difieren. Lo mismo puede suceder si la función del producto cambia y a su vez la receptividad del consumidor a los lineamientos publicitarios no es la misma.

Estrategia 5: Invención del producto

Muchas veces es necesario planificar y diseñar para un mercado global, partiendo de sus necesidades y deseos latentes. De lograr el éxito en esta estrategia, los grandes volúmenes promueven beneficios, entre otras cosas, en las economías de escalas que podrían equiparar los gastos realizados en investigación y desarrollo.

Estrategias de distribución²⁸

El punto de partida para seleccionar la estrategia de distribución más efectiva, comienza con una clara identificación del objetivo de mercado de la compañía. El proceso de dar forma a los canales de distribución internacionales, se ven influenciados por cuatro factores: clientes, producto, intermediarios y entornos.

En cuanto al consumidor, las características principales a evaluar son: su número, distribución geográfica, renta, hábitos de compra y reacción a diferentes modos de venta. Hay que recordar que los canales crean utilidad para los clientes y la percepción de estos últimos varía de país a país. Generalmente cuantos más sean los habitantes del país, más intermediarios harán falta para la operación.

Respecto al producto, ciertas características como el nivel de estandarización, su caducidad, los volúmenes manejados en su sector, los requisitos de

²⁸ Watten J. Keegan, 1997, "Marketing global", 5ta edición.

servicio y el precio por unidad ejercen una fuerte influencia en este tipo de decisiones. Comúnmente, mientras más caro sea el producto, mayores serán las posibilidades de ejercer una venta directa. Cabe resaltar también, que los productos perecederos imponen demandas especiales de utilidad en los miembros, y usualmente necesitan canales más directos de distribución.

En referencia a los intermediarios, hay que resaltar que su objetivo es maximizar sus propios beneficios, evitando grandes esfuerzos. Por esto generalmente toman productos de gran demanda, obstaculizando esto la presencia de productos relativamente desconocidos y nuevos en las góndolas. Generalmente, se pactan acuerdos de beneficio mutuo, por ejemplo, sumando representantes al intermediario a cambio de que este exhiba el producto.

Por último, las características del entorno son un factor clave a considerar dada la variedad de ambientes económicos, sociales y políticos que existen. En este aspecto, lo más conveniente es consultar agentes o directivos que operen a nivel local. El grado de desarrollo del país tendrá una influencia muy importante. Por ejemplo, una de las características más notables de los canales en los países menos desarrollados es la gran cantidad de personas que se dedican a vender pequeñas cantidades de mercancías.

Estrategias de Precio²⁹

Dentro de los cuatro elementos que conforman el Marketing Mix, el precio es el único elemento que genera ingresos en forma directa. Está compuesto por 3 elementos: costo (que determina precio mínimo a cobrar para obtener ganancias), precio de la competencia (crea el techo, el máximo, siempre que al cliente se le ofrezca lo mismo), y el precio óptimo (función de demanda). Los cuatro pasos involucrados en la determinación de un precio de base son: La elasticidad precio de la demanda, es decir cuánto esta variará ante una subida o bajada de precio; los costes fijos y variables de la producción según los volúmenes; los costes asociados con el programa de marketing; y el precio que ofrece un máximo aporte al beneficio.

²⁹ Watten J. Keegan, 1997, "Marketing global", 5ta edición.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

De acuerdo a los objetivos que se tengan para la fijación de precios, estos pueden variar. Los cuatro enfoques que se utilizan más frecuentemente son:

Tanteo de mercado

El objetivo es alcanzar el segmento que está dispuesto a pagar una prima extra por el producto; la causa para que esto suceda radica en que el producto genere alto valor para los compradores. Ésta estrategia se utiliza muchas veces en la etapa introductoria del ciclo de vida del producto, donde tanto la competencia y la capacidad de producción son limitadas. La empresa buscará maximizar el rendimiento sobre volumen limitado, y reforzar las percepciones del cliente sobre el alto valor del producto. Cuando se hace esto, el precio forma parte de la estrategia total del posicionamiento del producto.

Penetración de mercado

El precio en esta estrategia es un arma competitiva para una posición de mercado. Esto se puede dar gracias a las instalaciones de escala eficientes y mano de obra de bajo coste que permiten a ciertas compañías establecer un liderazgo en costo, y utilizar esta ventaja para vender a un precio menor.

Mantenimiento de mercado

Estrategia adoptada por empresas que quieren mantener su cuota del mercado, reaccionando a los ajustes en los precios de la competencia, aun si por tal motivo deben reducir sus márgenes de beneficio.

Repercusión de precio/valoración a costo total

Presenta 2 variantes. Uno es el de la contabilidad de costes, que define al coste como la sumatoria de todo costo de producción directo e indirecto y costos indirectos. Esta modalidad presenta la ventaja de poder usarse fácilmente si se cuentan con los datos contables. No obstante, desatiende las condiciones de demanda y competencia, por lo que sus resultados suelen ser muy altos o muy bajos en relación a los demás. Otra variante es el método de costes futuros estimados, que tiene en cuenta la repercusión de precios, es decir su incremento conforme se añadan el transporte, las tasas y los márgenes del distribuidor al precio de fábrica.

Estrategias para la fijación del precio de una exportación³⁰

El proceso para la fijación de este tipo consta de cinco pasos que son: Análisis del mercado meta, composición de una mezcla de mercado, elección de la política de fijación de precio, determinación de la estrategia de fijación de precio, y finalmente elección del precio específico.

Las tres estrategias generales son:

- Precio mundial estándar: Cuando tenemos el mismo precio para todo comprador. Se basa en el promedio por unidad de costos fijos y variables
- Doble fijación de precio: Diferencia el precio nacional del extranjero. Compuesto por dos métodos:
 - Costo plus: El costo total es dividido entre los productos destinados al mercado interno y al mercado internacional. Como consecuencia, puede pasar que el precio sea demasiado alto, reduciendo la competitividad de la empresa.
 - Costo plus flexible: Debido al resultante precio alto en algunas situaciones, esta modalidad especial permite variaciones / descuentos en ciertas operaciones.
 - Costo marginal: Tiene presencia cuando solo los costos variables afectan a las exportaciones. Es decir, el costo fijo es repartido entre los productos del mercado interno, mientras que el costo variable alcanza a las operaciones al exterior. Permite tener mejor oferta competitiva, pero suele dar acusaciones de Dumping,
- Precio según mercado: El costo marginal constituye la base, pero el precio se ajusta a competencia, demanda, tipo de cambio y sustitutos. Es la estrategia que más se relaciona con el concepto de marketing.

Estrategias de comunicación³¹

Las comunicaciones de marketing son el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público. En cierto modo, se podría decir que las

³⁰ M. Czinkotay I. Ronkainen, 2002, Marketing Internacional, Pretience Hall, 6ta Edicion

³¹ Kotler-Keler, 2006, Dirección de Marketing, Decimo segunda edición.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

comunicaciones de marketing representan la “voz” de la marca, y posibilitan el diálogo y la creación de relaciones con los consumidores. La mezcla de comunicaciones de marketing está integrada por seis tipos de comunicación principales:

- **Publicidad:** Toda comunicación impersonal y remunerada de un promotor determinado para la presentación de ideas, bienes o servicios.
- **Promoción de ventas:** Conjunto de incentivos a corto plazo para fomentar la prueba o la compra de un producto o servicio.
- **Eventos y experiencias:** Conjunto de actividades y programas patrocinados por la empresa destinados a crear interacciones con la marca.
- **Relaciones públicas y publicidad:** Conjunto de programas diseñados para promover la imagen de la empresa o sus productos individuales.
- **Marketing directo:** Utilización del correo postal, el teléfono, el fax, el correo electrónico o Internet para comunicarse directamente con determinados clientes reales o potenciales, o para solicitar una respuesta de éstos.
- **Venta personal:** Interacción cara a cara con uno o más compradores potenciales con el fin de hacer una presentación, responder a preguntas y conseguir pedidos.

Estrategias de promoción en el comercio internacional

- Una misión comercial consiste es un viaje de negocios a un determinado país o región, a través de la cual se busca introducir a los empresarios participantes a la realidad de nuevos mercados para sus productos y servicios. Es importante tener en cuenta que ningún caso puede esperarse cerrar un negocio durante una misión comercial (sin perjuicio de que esto pueda suceder), ya que este tipo de viaje debe considerarse como el puntapié inicial de un trabajo de largo plazo, que tendrá como meta conquistar el mercado elegido. Durante la misión comercial las empresas participantes mantienen reuniones con contrapartes locales, que son posibles interesados

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

en los productos y/o servicios que ofrecen. Estas contrapartes fueron previamente contactadas en función del perfil e interés que fijaron los empresarios al inscribirse en la misión.

- Las Ventas personalizadas constituyen la herramienta promocional más efectiva y a su vez más costosa permitiendo una retroalimentación inmediata sobre la reacción del cliente. La clave para su utilización es la capacitación adecuada de la fuerza de ventas, donde será necesario que el vendedor cuente no solo con habilidades sino también con un pleno conocimiento del producto o servicio a promocionar.³²

- También existe, entre los diversos espacios de promoción internacional, las ferias internacionales que se destacan como un lugar privilegiado para el establecimiento de contactos entre exportadores y potenciales clientes. Este constituye un punto de encuentro entre productores, vendedores, fabricantes, distribuidores y compradores de un mercado, por lo que resulta una herramienta muy poderosa de promoción para las ventas en el corto plazo. Estas exposiciones no sólo brindan la oportunidad de presentar los productos y servicios argentinos en las principales vidrieras del mundo, sino también de que nuestras empresas, entre las cuales las PyMEs están llamadas a desempeñar un papel protagónico, conozcan de primera mano al sector, a sus competidores extranjeros y a sus probables clientes además de los nuevos productos, servicios y tendencias.

- Las Rondas de Negocios, son otras grandes oportunidades que consisten en la invitación a nuestro país de potenciales compradores de la oferta exportable argentina para que, en el marco de una agenda cuidadosamente pautada, tengan ocasión de contactarse con las empresas locales capaces de satisfacer su demanda. Esta modalidad de promoción de las exportaciones ofrece para las PYMES múltiples ventajas, entre ellas: permitir el ingreso al circuito exportador de las empresas que no cuentan con los recursos necesarios para iniciar la promoción de sus productos y servicios en el exterior y reducir significativamente los costos de contacto para todos los involucrados en las acciones de promoción de las exportaciones.

³² <http://consultoraencomercioexterior.com/Blog/promocion-internacional-%C2%BFcomo-hacer-para-que-me-conozcan-en-el-exterior/> Recuperado el Lunes 21 de Diciembre de 2015

Oferta Internacional³³

La oferta internacional es una propuesta que se realiza con la promesa de realizar, entregar o ejecutar algo. La persona que envía la oferta está anunciando sus intenciones de entregar un objeto o de concretar una acción, en general a cambio de algo o, al menos, con el propósito de que el otro lo acepte.

La misma debe incluir: nombre y descripción del producto, INCOTERM a utilizar, precio unitario y precio total, divisa a utilizar, transporte internacional, medio de pago, plazo de entrega y validez.

La oferta debe ser lo suficientemente clara y precisa, para que en caso de ser aceptada, vincule a la otra parte a la obligación de cumplir con lo pactado.

Análisis de Competitividad

Este análisis consiste en determinar las capacidades internas y las oportunidades y amenazas que tiene la empresa en el mercado de destino. Se determinará, dentro del mercado objetivo, cuáles son las principales empresas que realizan una actividad comparable u ofrecen un producto similar al nuestro, para adelantarnos a todo tipo de situaciones futuras. Se definirá entonces nuestro conjunto de competidores como aquellos que satisfagan o busquen satisfacer las mismas necesidades que de las que se proponga la empresa.

A su vez, deberá determinarse la relación de la empresa con respecto a sus competidores, no sólo en término de sus capacidades, sino también de la relación costo/calidad de los productos ofrecidos por ellos.

Análisis Financiero

El análisis financiero de una empresa consiste en el análisis e interpretación, a través de técnicas y métodos especiales, de información económica y financiera de una empresa proporcionada básicamente por sus estados financieros. La recopilación de la información necesaria para realizar un análisis financiero, así como el análisis mismo se realizan de acuerdo a las necesidades del usuario.

³³ <http://definicion.de/oferta/> Recuperado el Lunes 21 de Diciembre de 2015

Flujo de caja libre o de efectivo³⁴

Son los flujos de ingresos y egresos netos de un proyecto, conocido como el saldo disponible para pagar a accionistas y cubrir el servicio de la deuda (intereses y amortización del principal) de la empresa, después de descontar las inversiones realizadas en activos fijos y en necesidades operativas de fondos. En resumen el Flujo de Caja Libre FCL, representa los beneficios antes de intereses después de impuestos al que se le descuenta la inversión neta, también se podría afirmar que es la remuneración de los propietarios del capital, accionistas y acreedores.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

Los flujos de liquidez se pueden clasificar en:

- 1) Flujos de caja operacionales: efectivo recibido o expendido como resultado de las actividades económicas de base de la compañía.
- 2) Flujos de caja de inversión: efectivo recibido o expendido considerando los gastos en inversión de capital que beneficiarán el negocio a futuro. (Ej: la compra de maquinaria nueva, inversiones o adquisiciones.)

³⁴ <http://matematicasfinancierascag.blogspot.com.ar/2011/02/flujo-de-caja-libre-o-de-efectivo-valor.html>. Recuperado el Martes 22 de Diciembre de 2015

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- 3) Flujos de caja de financiamiento: efectivo recibido o expendido como resultado de actividades financieras, tales como recepción o pago de préstamos, emisiones o recompra de acciones y/o pago de dividendos.

Generalmente, la estructura del flujo de caja libre es la siguiente:

Ventas

- Costo de las ventas

- Gastos generales

= Margen operativo bruto

- Amortización

= Beneficios antes de intereses e impuestos

- Impuestos

= Beneficio neto

+ Amortización

- Inversión en Activos Fijos

- Inversión en necesidades operativas de fondos

FCL

Al flujo neto de efectivo FNE, se lo representa como:

$FNE = \text{Ingresos} - \text{Egresos}$

$= \text{Entradas de efectivo} - \text{Salidas de efectivo}$

Criterios o métodos de evaluación financiera³⁵

Evaluación financiera significa evaluar un proyecto de inversión desde el punto de vista financiero, esto es, en términos de los recursos monetarios que utiliza o genera el proyecto para un agente específico, se trata de maximizar el valor actual de los flujos de utilidades financieras; pues permite comparar los beneficios que genera la inversión, asociado a los fondos que provienen de los préstamos y su respectiva corriente anual de desembolsos de gastos, amortización e intereses.

Los distintos modelos financieros de medición de la rentabilidad de un proyecto de inversión se denominan «criterios», éstos evalúan la rentabilidad de una inversión en unidades monetarias, porcentaje o tiempo que demora la

35

HXFoj:www.ambanet.org/archivos/subidas/htmleditor/file/files/Posgrado/Modulo_03/Metodos_de_Va
luacion_de_proyectos.ppt+&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=ar. Recuperado el Martes 22 de Diciembre de
2015

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

recuperación de la misma, entre otras. Los criterios más importantes son los siguientes:

- a) El Valor Actual Neto, conocido como el VAN.
- b) La Tasa Interna de Retorno, conocida como la TIR.
- c) Otros criterios de evaluación:
 - El Valor Anual Equivalente VAE.
 - La Razón Beneficio/Costo B/C.
 - El período de recuperación de la inversión PR.

El Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto o VAN actualiza a valor presente los flujos de caja futuros de un proyecto, descontados a un cierto tipo de interés i o tasa de descuento, para compararlos con el valor inicial de la inversión. Como tasa de descuento se utiliza corrientemente el costo promedio ponderado del capital (WACC) de la empresa que realiza la inversión. Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios deducida la inversión.

Al calcular el VAN de un flujo neto (ingresos menos egresos), se obtiene un valor inferior al que se tendría por la simple suma de esos valores actuales. Esto se debe a la sustracción de la inversión del flujo. La regla del VAN, que indica qué decisión tomar, es:

- 1) Si el VAN es mayor que cero, se debe aceptar.
- 2) Si el VAN es igual a cero, se debe ser indiferente.
- 3) Si el VAN es menor que cero, se debe rechazar.

Fórmula general del VAN:

$$VAN_{(i)} = \left(\frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n} \right) - INV_0$$

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

| | |
|---------------------------|---|
| INV_0 | Inversión inicial en el momento cero de la evaluación. |
| FC_1, FC_2, \dots, FC_n | Flujo de caja del proyecto. |
| i | Tasa de descuento o costo de oportunidad del capital. |
| n | Vida útil del proyecto, expresado en periodos de composición. |

Tasa i o k :

- Costo de oportunidad, o sea, lo que se deja de percibir por no invertir en otra alternativa.
- Puede surgir de una combinación entre la tasa por financiamiento externo y la tasa de financiamiento interno (con los propios accionistas).
- Tasa de descuento ajustada al riesgo = Interés que se puede obtener del dinero en inversiones sin riesgo + prima de riesgo.

Ventajas:

- Reconoce el valor del dinero en el tiempo.
- Reconoce todos los flujos de fondos asociados al proyecto, sean positivos o negativos.

Desventajas:

- El VAN no toma en cuenta la inversión inicial por tratarse de una medida de rentabilidad absoluta (dos proyectos mutuamente excluyentes con igual VAN y diferentes inversiones iniciales, resultarían indiferentes si se aplica este criterio). Lo mismo ocurriría para dos alternativas de igual inversión inicial, diferente vida útil y que arrojen igual VAN.
- Asume una tasa de descuento (k) única y uniforme para toda la vida del proyecto.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno o TIR, es aquella tasa que hace el VAN igual a cero. La TIR mide la rentabilidad como un porcentaje, que se calcula sobre los saldos no recuperados en cada período. Muestra el porcentaje de rentabilidad promedio por período.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

La tasa interna de retorno TIR, complementa casi siempre la información proporcionada por el VAN. Independientemente de los resultados de la TIR que se obtenga, éste deberá confrontarse con la tasa de descuento del proyecto.

La regla de la TIR, que indica qué decisión tomar, es:

- 1) Si la TIR es mayor que la tasa de descuento, se debe aceptar.
- 2) Si la TIR es igual a la tasa de descuento, se debe ser indiferente.
- 3) Si la TIR es menor que la tasa de descuento, se debe rechazar.

En forma similar al VAN se puede expresar la formulación matemática de la TIR así:

$$-\text{Inversión} + \text{Valor actual de los flujos de caja futuros} = 0$$

Fórmula general de la TIR:

$$-INV_0 + (VF_1 \times FSA_{TIR}^1 + VF_2 \times FSA_{TIR}^2 + \dots + VF_n \times FSA_{TIR}^n) = 0$$

Como se aprecia de la fórmula, este criterio es equivalente a hacer el VAN igual a cero y determinar la tasa que le permite al flujo actualizado ser cero.

Ventajas:

Al ser un porcentaje es fácilmente entendible y práctica para comparar proyectos ya que se trata de un valor relativo.

Desventajas:

Se presume que tanto las pérdidas como las ganancias se reinvierten a la misma TIR, lo cual no es seguro que ocurra.

- Es de difícil cálculo.
- Puede tener múltiples soluciones.
- No se puede tener en cuenta ETTI (Estructura Temporal de la Tasa de Interés).
- En proyectos mutuamente excluyentes la conclusión puede ser inconsistente con VAN.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Período de Recupero (PR)

Consiste en establecer la cantidad de períodos requeridos para recuperar los fondos invertidos de un proyecto.

Criterio de decisión:

El ranking entre varias inversiones se efectúa sobre la base de la extensión de su período de repago.

Desventajas:

- No considera el valor del dinero en el tiempo.
- Ignora los flujos posteriores al período de recupero.
- Por lo tanto nada nos dice de la rentabilidad del proyecto.

Importación

El código aduanero en el artículo 91 define a los importadores como las personas que en su nombre importan mercadería, ya sea que la trajeren consigo o un tercero la trajere por ellos.

Destinaciones de importación

- *Destinación definitiva de importación para consumo:* El Art. 233 del Código Aduanero la define como “aquella en virtud de la cual la mercadería importada puede permanecer por tiempo indeterminado dentro del territorio aduanero”.
- *Destinación suspensiva de importación temporaria:* El Art. 250 de la misma Ley la define como “Aquella en la cual la mercadería importada puede permanecer con una finalidad y por un plazo determinado dentro del territorio aduanero, quedando sometida, desde el mismo momento de su libramiento, a la obligación de reexportarla para consumo con anterioridad al vencimiento del mencionado plazo”.

La mercadería podrá permanecer en el mismo estado en que hubiere sido importada temporariamente o bien ser objeto de transformación, elaboración, combinación, mezcla, reparación, o cualquier otro perfeccionamiento o beneficio.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- *Despacho directo a plaza*: Definido por el Art. 278 como “el procedimiento en virtud del cual la mercadería puede ser despachada directamente a plaza sin previo sometimiento de la misma al régimen de depósito provisorio de importación”.
- *Destinación suspensiva de depósito de almacenamiento*: Es aquella en la cual la mercadería importada puede quedar almacenada bajo control aduanero por un plazo determinado, para ser sometida a otra destinación autorizada., teniendo en cuenta los recaudos correspondientes.
- *Destinación suspensiva de tránsito de importación*: Es aquella en la cual la mercadería importada, que careciere de libre circulación en el territorio aduanero, puede ser transportada dentro del mismo desde la aduana por la que hubiere arribado hasta otra aduana, para ser sometida a otra destinación aduanera. La destinación de tránsito de importación puede ser:
 - a) De tránsito directo: cuando el transporte de la mercadería tuviere lugar desde una aduana de entrada hasta una aduana de salida a fin de ser exportada.
 - b) De tránsito hacia el interior: cuando el transporte de la mercadería tuviere lugar desde una aduana de entrada hasta otra aduana, a fin de ser sometida en ésta a una ulterior destinación suspensiva de importación o a una importación para consumo.

Tasas de importación

- *Tasa de estadística*: Grava la importación o la exportación, fuere definitiva o suspensiva, respecto de la cual se prestare con carácter general un servicio estadístico. La operación podrá estar gravada con una tasa ad-valorem por tal concepto, y la base imponible para liquidarla será el valor en aduana de la mercadería que se tratare. La tasa general del 0,5%, pero el monto máximo a percibir en este concepto es de U\$D 500.
- *Tasa de comprobación en destino*: El artículo 767 de la Ley 24.415 afirma que: “La importación para consumo respecto de la cual el servicio aduanero prestare un servicio de control en plaza, para comprobar que se cumplen las obligaciones que hubieren condicionado los beneficios otorgados a tal

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

importación, está gravada con una tasa ad-valorem por tal concepto”. La tasa general no podrá exceder el 2%.

- *Tasa de servicios extraordinarios:* Las operaciones y demás actos sujetos a control aduanero, cuya realización se autorizare en horas inhábiles, están gravados con una tasa cuyo importe debe guardar relación con la retribución de los servicios extraordinarios que el servicio aduanero debiere abonar a los agentes que se afectaren al control de dichos actos.
- *Tasa de almacenaje:* Cuando el servicio aduanero se constituyere en depositario de mercadería, percibirá una tasa de retribución del servicio de almacenaje.

Admisión Temporal

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

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

Beneficiarios

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

Plazos de permanencia de la mercadería importada en el país:

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

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

Trámites

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

Garantías

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

Importación para consumo

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

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Cumplimiento y transgresiones

Una vez recibido el perfeccionamiento industrial y efectuado la reexportación para consumo a otros países. Si al exportarse no se hubiese cumplido con el perfeccionamiento industrial, se debe abonar un derecho de exportación del 20% del valor imponible (art.735 CA).En caso de transgresiones al régimen, se aplicarán las normas de procedimiento correspondientes.

Mermas

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

Mecanismos de defensa comercial y admisión temporaria

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

Sujetos auxiliares del comercio internacional

- Despachante de Aduana: Según lo establecido por el artículo 36 del código aduanero “son despachantes de aduana las personas de

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

existencia visible que, en las condiciones previstas en este código, realizan en nombre de otros ante el servicio aduanero trámites y diligencias relativos a la importación, la exportación y demás operaciones aduaneras”

- Agente de transporte aduanero (ATA): El artículo 57 del código aduanero los define como “las personas de existencia visible o ideal que, en representación de los transportistas, tiene a su cargo las gestiones relacionadas con la presentación del medio transportador y de sus cargas ante el servicio aduanero, conforme con las condiciones previstas en este código.”
- Apoderados legales y dependientes: Son aquellas personas de existencia visible a las cuales tanto despachantes de aduana como agentes de transporte aduanero pueden designar para su representación ante el servicio aduanero.

Requisitos para inscribirse como exportador/importador

Los pasos de este sistema se detallan a continuación:

- 1) “Se deberá ingresar al Servicio Web
- 2) Ingresar al Servicio “Sistema Registral” y dentro del Menú “Registros Especiales” seleccionar la Opción “F 420/D Declaración de Domicilios”.
- 3) Seleccionar el vínculo “Crear Nuevo Domicilio” y completar los datos del domicilio a declarar requeridos
- 4) De no detectarse inconvenientes, el sistema emitirá como constancia de la Registración del Domicilio, el Formulario F 420/D, registrando el domicilio con el estado “Declarado por Internet”. Caso contrario el sistema arrojará el mensaje de error correspondiente.
- 5)

- 6) Debe asociar el Domicilio Especial Aduanero a la Aduana o las Aduanas a través de las cuales va a operar, ingresando al “Sistema Registral” y dentro del Menú “Registros Especiales” seleccionar la Opción “F 420/R Declaración de Aduanas”.
- 7) Deberá seleccionar el tipo de Operador, la Aduana en la cual va a operar (de no encontrar la Aduana dentro del recuadro “Aduanas en la que opera” deberá previamente presionar el Botón “Asociar” para incluirla en el recuadro), clicar en el botón “Asociar” del Recuadro “Domicilios relacionados con la aduana seleccionada” en donde aparecerá el domicilio declarado anteriormente. Deberá tildar el domicilio y presionar el botón “Aceptar” que se encuentra en el margen inferior de la pantalla.
- 8) Se deberá cumplir con los “Requisitos Particulares”
- 9) Dentro de los 30 días, de presentado el formulario 420/R, aportar la documentación complementaria (requisitos identificados como “D” – Documentación a presentar), ante cualquier dependencia de la Aduana.
- 10) Finalización del trámite: seleccionar “Registros Especiales, opción F.420/R Registro Operadores Comercio Exterior y en Trámite a realizar” optar por “alta” (dentro de los 30 días de iniciado el trámite).

11) El sistema emitirá el resultado correspondiente:

La constancia de aceptación, registrando el alta del solicitante en el “Registro Especial”.

Un aviso con los motivos/requisitos faltantes por los que el trámite no ha sido aceptado.

Los estados del resultado del trámite son los siguientes:

La constancia de aceptación, registrando el alta del solicitante en el “Registro Especial”.

Trámite incompleto: se incumplió con la presentación de los requisitos.

Trámite archivado: el solicitante no confirmó el alta dentro del plazo establecido.

Trámite denegado: el interesado cumplió con todos los requisitos que dependen de él pero se encuentra comprendido en una o más causales de inhabilidad.”

Trámite en período de apelación: indica que se interpuso recurso contra la resolución denegatoria.

Alta efectuada.” 36

Medios de pago en el comercio internacional

- *Carta de Crédito*: Conformar el medio de pago más seguro y es utilizado generalmente en las primeras exportaciones de la empresa. Es irrevocable e intransferible y se encuentra respaldada por bancos tanto del país importador, como del exportador.

Según el Banco de la Nación Argentina este instrumento de pago internacional consiste en la cancelación de un monto determinado por parte del importador a un beneficiario, que en este caso es el exportador, a través de un banco reconocido del país importador contra la prestación de los documentos exigidos. Generalmente, el pago se hace por medio de otro banco del país exportador.

Es importante saber que la carta de crédito puede ser confirmada o no confirmada: “En el primer caso, el beneficiario (exportador) obtiene una garantía adicional del pago en su propio país a través del Banco Confirmador, eliminando, de esa manera, eventuales riesgos comerciales y también políticos del país del ordenante. En el segundo caso, el

³⁶ *Inscripción en Aduanas (DGA) “Aplicación del Sistema Registral y Registros Especiales Aduaneros”.*
Recuperado el Martes 12 de Enero de 2016

beneficiario (exportador) sólo cuenta con la garantía de pago del Banco Emisor de la carta de crédito”³⁷

- *Letra de Cambio*: Esta modalidad se presenta como una herramienta más simple que la Carta de Crédito ya que es similar a un pagaré, en la que el exportador se presenta con todos los documentos necesarios en un banco de plaza y comienza la apertura de la misma. Desde la Aduana Argentina, se define a este instrumento como “un título de crédito abstracto y formal, donde intervienen tres personas, utilizado frecuentemente en el comercio internacional, por el cual el librador le ordena al girado que pague incondicionalmente, una suma de dinero determinada a un tercero (beneficiario o portador) previa aceptación del girado, en el lugar y en la fecha indicados en el documento. Puede librarse a día fijo, con una fecha precisa para requerir el pago, a la vista, o sea a su presentación (con máximo de un año desde la creación de la letra) o a determinado tiempo de la fecha de creación”
- *Orden de Pago o Transferencia*: Esta forma de pago es mucho más simple y se utiliza generalmente cuando existe un vínculo de confianza y durabilidad entre el comprador y el vendedor. Es así que mediante este instrumento no se requiere de ningún aval bancario, pero es más rápida, informal y menos costosa. Siguiendo la lógica de la Aduana Argentina se define su proceso a partir de que el importador realice un giro o transferencia bancaria al exportador, y éste último al recibirlo, embarque la mercadería y envíe los documentos necesarios.

³⁷ Banco de la Nación Argentina, *Instrumentos y Medios de Pagos y Cobros*. Recuperado el Martes 12 de Enero de 2016

Proyecto de exportación

Empresa

Recuperar S.R.L. Se dedica a la fabricación y comercialización de fertilizantes naturales en base al Sulfato de Calcio, a lo largo del tiempo fueron incorporándose derivados y procesados del mismo para cumplir con lo que demanda cada tipo de suelo. Sus productos están dirigidos a los formuladores de fertilizantes y al armado de red de distribuidores propios.

Es una empresa comprometida con el Medio Ambiente y la Agricultura sustentable; posee una moderna Planta de Pelletizado y tratamiento de Minerales, en el Parque Industrial de Puerto Caroya, en Colonia Caroya, Provincia de Córdoba. También posee yacimientos propios en la Provincia de la Rioja de Sulfato de Calcio con más de seis millones de toneladas métricas de reservas (6.000.000 TM) con una pureza superior al 98% SULFATO DE CALCIO, siendo uno de los mejores yacimiento del país.

La planta de Colonia Caroya, provincia de Córdoba, cuenta con equipos de última generación, provenientes de Estados Unidos y Alemania, en donde se procesan y pelletizan minerales, para la producción de fertilizantes, siendo unas de la pioneras en el país, contando con Laboratorio propio, mezcladoras y embolsadoras automáticas destinada a abastecer la demanda de los clientes.

Recuperar S.R.L. coopera activamente con distintos organismos nacionales en la lucha contra la desertificación y degradación del suelo mediante el uso de nutriente y/o fertilizantes de origen nacional; se reconocen a los suelos como un recurso natural no renovable por lo tanto constituye un activo de vital importancia por ello siempre participa de todos los programas que tienden a evitar la degradación y agotamiento de los suelos de nuestro país. También es socio activo de la Cámara de la Industria de Fertilizantes y Agroquímicos - CIAFA. Miembro de la Comisión Yeso Agrícola de IRAM.

La empresa tiene como filosofía contribuir a la no degradación y a la recuperación de los suelos provocada por la agricultura, a través del uso de nutrientes y fertilizantes. La misma se propone ser la empresa líder en el

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

mercado local en lo referente al tratamiento de la recuperación de los suelos utilizando fertilizantes.

Misión, visión y objetivos estratégicos

La Misión de Recuperar SRL es aportar a la agricultura sustentable fertilizantes naturales, que contribuyan a la obtención de mayores rendimientos de producción con el menor coste posible (impacto al medio ambiente relacionado con la desertificación), aplicando tecnologías amigables con el medio ambiente; y ayudando a que Argentina mantenga la ventaja competitiva de su Agricultura de Precisión, agregando valor a la ingeniería en el desarrollo de Fertilizantes Multi-elementales y Eficientes.

En cuanto a su visión, participa en un Mercado en el cual casi todas las empresas son Multinacionales y de gran escala. Quieren ser proveedores confiables, para las plantas de mezclado de fertilizantes y para su red de agronomías asociadas.

La empresa participa en un 30% del Mercado de Proveedores de SCA Pelletizado en la Argentina, exporta al Uruguay y el Paraguay, y con intenciones de crecer en la región latinoamericana.

También compiten con Moliendas de capital Nacional, algunas muy activas, con un importante desarrollo en ventas, enormes capitales, y con gran respaldo financiero, pero con productos de menor calidad.

Como Objetivo a mediano Plazo (de 2 a 5 años), se pretende lograr Plena Producción de la capacidad Instalada, avanzando en Mercados como el de la Fruti Horticultura, Tabaco, Caña de Azúcar, Olivo y Vid, elaborando productos específicos y consolidándose en la Agricultura Intensiva con productos adecuados.

Historia, Orígenes y Expansión

A partir de 1998, el Cr. Ricardo A. Alonso, empieza a buscar una actividad que le permita exportar algún tipo de material y/o servicio. Para aquel entonces efectúa un asesoramiento a un grupo de productores Brasileños que estaba en la búsqueda de un proveedor de Sulfato de Calcio, para ser aplicado en la

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

corrección de suelos y Fertilización en los estados de Santa Catalina y Paraná, al Sur de Brasil.

Habiendo detectado la oportunidad de este Mineral como potencialmente exportable, empieza la búsqueda de información y determinar la Inversión necesaria, como así también el potencial de este Mineral como Fertilizante. A partir de Enero del 2002, (post pesificación), toma la decisión de encarar el proyecto minero y se aboca a la búsqueda de Yacimientos y de potenciales socios para el emprendimiento; siendo que los proyectos con sesgo exportador, se presentaban como muy importantes dado el tipo de cambio.

A fines del 2003, luego de haber evaluado una gran cantidad de Yacimientos en el país, se firma un arrendamiento por el Yacimiento que se denominará "Cantera Rafaela", que se concreta en Enero del 2004. A ese entonces participaban 5 personas del potencial Negocio, y para marzo del 2004, antes de empezar los trabajos de apertura de Cantera y labor Legal, solamente quedaban en el Proyecto el Sr. Alonso y la Sra. Basualdo de Paredes. Se constituye la sociedad RECUPERAR SRL, con fecha de inicio de tareas en Mayo del 2004 e inmediatamente se procede al armado de la Planta de Molienda a instarse en la Cantera, la cual empieza a operar en Septiembre del mismo año.

Se logra un contrato de 1500 Tns., para YARA Argentina SA (Empresa líder a nivel mundial en la fabricación de fertilizantes, con presencia en 120 países y más de 100 años de antigüedad), para principios de 2005 se obtienen contratos también con ACA Ltda., YPF SA, que permiten terminar el 2005 con una producción de más de 10.000 Tns. procesadas.

En Mayo del 2005, también se alquila un predio en la localidad de Colonia Caroya, con un galpón, en la cual se instalan embolsadoras, para abastecer el mercado minorista de Fertilizantes que consumen el SCA, embolsado.

También se comienza la etapa de desarrollo del equipamiento para la recuperación de Finos y Pelletizado del SCA, es de destacar que durante más de un año y medio se investiga y se pone en funcionamiento una pequeña planta piloto de Pelletizado, con desarrollo tecnológico propio; el cuál le daría a Recuperar SRL una ventaja significativa sobre el mercado, ya que no solamente recuperaría lo que se conoce como Finos sino que la elaboración de un pellet de alta eficiencia agronómica e inmediata disolución, le permite a la

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

empresa un importante posicionamiento en la industria de los Fertilizantes Minerales.

En el Setiembre del 2006, se termina la construcción de la primera Planta de Pelletizado (denominada Planta 1), con un equipo de desarrollo propio, que su capacidad de producción es de 6 Tns/hora.

Se procesaron en el Yacimiento en el 2006 unas 13.500 Tns comenzando el desarrollo de los canales Minoristas de distribución, abarcando las Provincias de Córdoba y Santa Fe, mientras mejoraba el afianzamiento de los canales Tradicionales, siendo proveedor de los principales formuladores del país.

En septiembre del 2007, comienza la comercialización de YAP (Yeso agrícola Pelletizado) la Planta 1, en Colonia Caroya Km 751, durante el 2007, se vende Granulado de la Planta de la Rioja (60%) y Pelletizado de la Planta 1 de C. Caroya.

A fines del 2007 y comienzos del 2008, se decide desarmar la Planta de La Rioja, en su totalidad, dejándose en Cantera únicamente el equipo minero de perforación y destape, trayendo al predio de Puerto Caroya (Planta 2), la totalidad de la Planta de Molienda y trituración, descripta más abajo. El objetivo, era poder concentrar en un solo predio toda la operación industrial y de esa forma evitar los problemas logísticos de Triturar en Cantera San Ramón, la Rioja y disminuir costos.

En el 2008, se produce y comercializa únicamente Pelletizado, en la Planta 1 y se comienza la construcción de la Planta 2 en Puerto Caroya, cabe destacar, que la gran cantidad de material en stock procesado en Cantera (Fino, materia prima del Pellet) , que disponían , les permitió abastecerse durante todo el 2008 y parte del 2009, y de esa forma sin apoyo financiero externo, dada la difícil situación de la economía, les permitió terminar la infraestructura necesaria, para la Planta 2, tareas como tales, preparación de pisos, para el movimiento de camiones, nivelación, montaje de 2 Galpones estructurales ,uno de 50x20 mts. y otro de 50x35 mts., en donde el primero es totalmente operativo y el segundo falta techar, pero ya se encuentra instalada la Planta de Molienda y realizado los Stock pail, para recibir la materia Prima y productos procesados o mezclas de minerales.

Para la campaña 2009, se terminó la Red eléctrica de Media tensión, lo que les permitió bajar los costos de producción.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

También se finalizaron los 2 galpones, con sus respectivos pisos y accesos; y durante el transcurso del año se trabajó en las 2 Plantas, en paralelo, una moliendo y granulando el material de cantera y la otra pelletizando

En el 2010 se terminó de fabricar el primer Plato granulador y el montaje del Horno de 15 mts. para el secado del pellet por granulación y su Planta de clasificación, para este producto.

A su vez, se encaró la actualización de los tableros eléctricos, y se llevaron a cabo algunas reformas, como el encapsulado de las Plantas de Moliendas y de Pellet por Compactación.

La producción del 2010 alcanzó unas 1250 Tn. de Pellet por granulación, y unas 6900 Tns de Pellet por Compactación y de Piedra Molida, y se exportaron unas 2000 Tns. A Uruguay y Paraguay.

En el 2010 exportamos por unas 2000 Tns al Uruguay y el Paraguay

En cuanto al año 2011, se decidió encarar la producción de un segundo Plato granulador, debido al fuerte incremento de la demanda de este tipo de producto, para las Plantas de Mezclado de Fertilizantes, el cual comenzó a funcionar en Septiembre del 2011.

Se mejoraron los sistemas de captación de polvo; Se incorporaron 2 zepelines de gas con sus respectivas instalaciones, para el horno de secado.

Se construyeron oficinas nuevas, en Contenedores (o también conocidos como "Container"), se finalizó el armado del laboratorio de ensayos y análisis.

Otro acontecimiento de gran importancia, que también se dio durante el año 2011, fue el alquiler de un depósito de 1000 mts.2 en la localidad de Zavalla (Provincia de Santa Fe), con cercanías al puerto de Rosario, y se llevó una planta de mezclado, la cual les permite dar servicio de almacenamiento de Fertilizantes químicos a algunos Clientes y mezclado de químicos con productos; también cumple la función de re despachar los productos a algunos clientes zonales e implementar el sistema Just in Time para las Plantas de Mezclado de San Nicolás, y Puerto San Martín.

Se renovó mediante leasing una pala cargadora, y se compró otra, para el trabajo en Planta de Colonia Caroya, y se realizó una importante reparación de la Pala de cantera y equipamiento de cantera.

La producción de pellet en el 2011 fue de: 15150 Tns tanto granulado como compactado.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

En el 2011 exportaron unas 5400 Tns. de pellet compactado y granulado, a Paraguay y Uruguay, ampliando la cartera de clientes.

Actualmente se encuentran trabajando para entrar en el mercado de Brasil, ya que tienen importantes posibilidades de comercialización, pero el esfuerzo económico y logístico, es también no menor, por lo que todavía no se ha podido alcanzar dicho objetivo al 100%.

Recuperar SRL cuenta con 2 pelletizadoras, totalmente terminadas y una tercera en el 85% de su terminación. Esto les da una importantísima capacidad de Pelletizado, sumado a su capacidad de Molienda, les permitirá estar en los primeros puestos Nacionales de la industria.

La empresa cuenta con aprobación de SE.NA.SA. tanto el de Productos como de la Planta, a su vez el Yacimiento y la Planta de Molienda cuenta con aprobación de Impacto ambiental de Minería. Paralelamente se han realizado importantes ensayos con distintos cultivos con el INTA, mediante acuerdos con la Fundación ArgenINTA. También la empresa participa de la comisión de Normas del IRAM, para el Yeso Agrícola, Participa en las más importantes Ferias y exposiciones Agropecuarias del país, como así también en Ferias Mineras.

Se encuentra en etapa de desarrollo conjuntamente con el INTA de Rafaela, varias mezclas de productos Minerales, pelletizados para distintas pasturas y cultivos.

Dado el importante impacto que ha tenido el Pelletizado, que le otorga al Mineral Inmediata Disolución, alta resistencia mecánica, granulometría eficiente, sin químicos o aglutinantes y un elevado grado de pureza, les ha permitido posicionarse muy bien en el mercado Nacional, con importantes oportunidades en países vecinos.

Es de destacar, que ya se encuentra registrado dicho producto en el Paraguay y están trabajando desde hace 2 años, con empresas del Brasil, interesados en llevar sus productos.

Recuperar SRL es socio activo de CIAFA (Cámara Argentina de Fabricantes de Fertilizantes), en donde participan empresas tales como Bunge, Cargill, Yara, YPF, Profertil, Petrobras, ACA, etc.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Estructura

La empresa cuenta con 17 empleados, la misma cuenta con la figura de la Gerencia General al mando de la dirección de la empresa. La compañía además cuenta con 3 departamentos: el de administración (con su respectivo encargado), producción (con su respectivo gerente) y ventas. La misma no cuenta con un área destinada a comercio exterior a pesar de que realiza actividades de dichas características. Las tareas de dicha área se encuentran bajo la responsabilidad del área administrativa, y también de un despachante de aduana ajeno a la empresa, el cual se encarga de realizar todos los trámites referidos a la operacionalización internacional.

Como podemos observar, existen dos plantas de producción: Planta San Ramón y planta Colonia Caroya. Ambas están supervisadas por el departamento de producción, y tienen a su cargo al personal correspondiente encargado de llevar a cabo las actividades. Cabe destacar que existe una diferencia entre estas dos plantas, ya que la planta de San Ramón se divide en un yacimiento/cantera, y una planta molienda, mientras que en la planta Colonia Caroya se realizan todas las tareas en un mismo espacio físico.

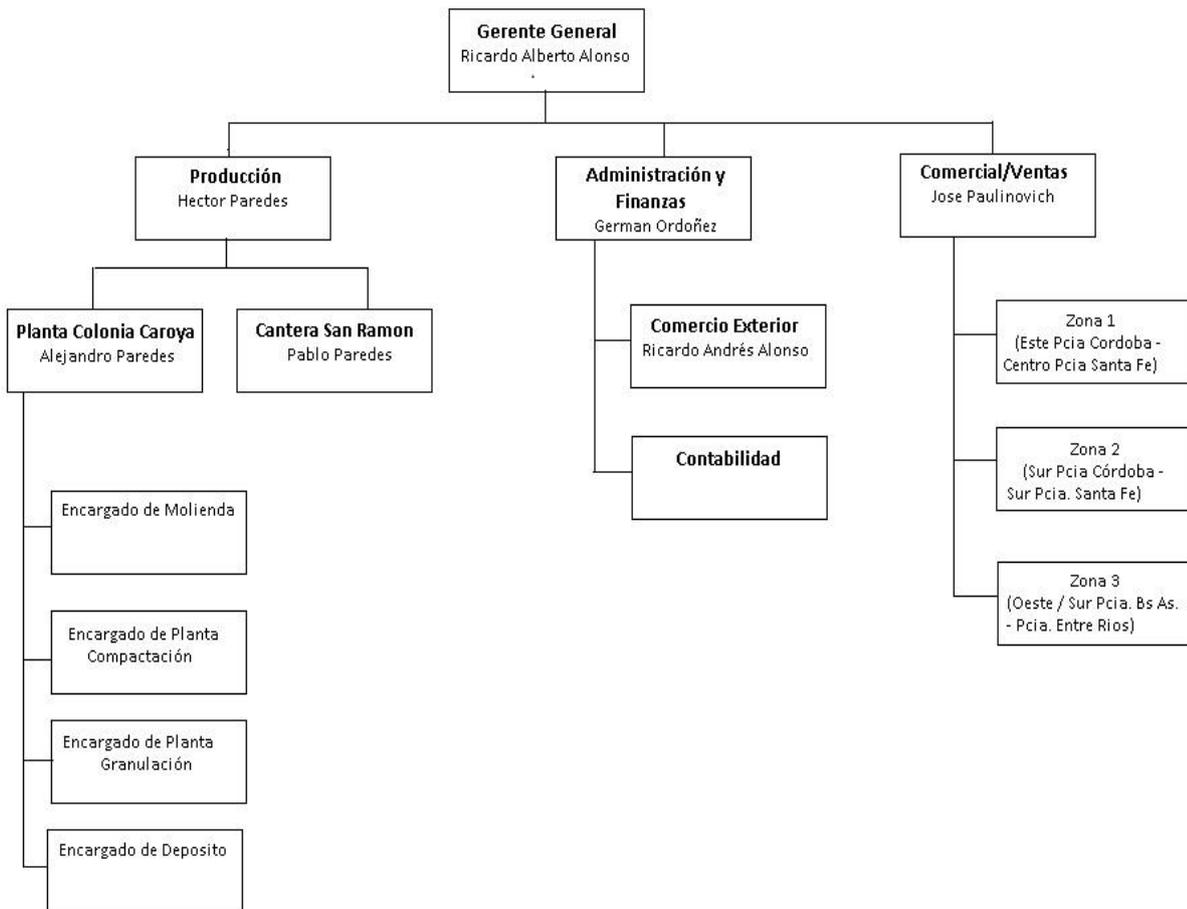
El agrupamiento de trabajos está basado principalmente de acuerdo con los procesos por realizar, y también se agrupan actividades tomando como base el territorio o la geografía (en este caso se distinguen la localidad de San Ramón en la provincia de La Rioja y la localidad de Colonia Caroya). Por lo tanto los criterios de departa mentalización que lleva la empresa son la departa mentalización funcional y la departa mentalización geográfica.

En cuanto al grado en que la toma de decisiones está concentrada, podemos decir que es una organización centralizada ya que la mayor parte de las decisiones significativas son tomadas por el gerente general en todos sus aspectos.

Recuperar SRL es una organización orgánica debido a que no hay mucha especialización del trabajo, poseen una estructura organizacional flexible y adaptativa, baja formalización, entre otros, pero con la particularidad de ser centralizada en la toma de decisiones.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

ORGANIGRAMA RECUPERAR SRL



Fuente: Elaboración Propia

El socio gerente, Ricardo Alonso, es quién está a cargo de la dirección y coordinación de Recuperar SRL. Es el delegado para llevar los asuntos de la empresa diariamente, toma las decisiones más importantes, y hace recomendaciones. Junto a Héctor Paredes llevan adelante la gestión de la empresa. Los porcentajes en la participación son los siguientes: Ricardo Alonso tiene el 55%, mientras que Héctor Paredes tiene el 45%.

Por otro lado, Héctor Paredes, como jefe de producción, se ocupa de supervisar el personal del proceso de producción, así como también las materias primas. Tiene un amplio conocimiento acerca del proceso de fabricación en la planta, las maquinarias con las que se trabaja, las normativas de seguridad e higiene a cumplir, distribución y almacenamiento del producto, y abastecimiento de materias primas, entre otros. Su trabajo

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

cubre tres locaciones: la Planta de Colonia Caroya y la Cantera de San Ramón, Pcia. De La Rioja.

German Ordoñez, quien está a cargo de la Administración y finanzas de la empresa, se ocupa de optimizar el proceso administrativo, contable y financiero, como así también de las exportaciones que maneja Recuperar SRL.

En el departamento comercial, José Paulinovich es el responsable del cumplimiento de los objetivos de las ventas de la empresa, los cuales están subdivididos en tres núcleos: zona 1 (este de la Pcia. de Córdoba y centro de la Pcia. de Santa Fe), zona 2 (sur de la Pcia. de Córdoba y sur de la Pcia. de Santa Fe) y zona 3 (norte, oeste de la Pcia. de Buenos Aires y Pcia. de Entre Ríos).

Clasificación de la organización

- Según integración del capital: privada
- Según fines: con fines de lucro
- Según forma jurídica: Sociedad Responsabilidad Limitada (S.R.L.)
- Según origen de capital: Nacional
- Según tamaño: PyMES
- Según alcance geográfico: Nacional
- Según tipo de actividad: industrial extractiva.

Actividad

Característica y Estado del Yacimiento

- Cantera de Producción: "RAFAELA"

Se trata de un manto de yeso de aproximadamente 1000 mts. de largo por 350 mts. de ancho por 2,4mts. de potencia de condición variable y de continuidad en la calidad.

El mineral se presenta en agregado fibroso, también granular, fino y grueso en partes translucidos, en tonalidades blancas y grisáceos.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

El estado del Yacimiento se encuentra en proceso de explotación.

- Descripción del método de explotación:

La explotación se realiza a cielo abierto, realizándose primero tareas de destape, que varían de los 0,70 mts. Hasta los 5 mts. de destape, luego se procede a la perforación con una profundidad, dependiendo de la potencia del manto, que varía de 1,10 mts., hasta 3 mts.

La empresa contrata el Servicio de Voladura, a la firma Celso Acosta, de la ciudad de San Juan. Una vez efectuada la voladura, se procede a romper aquellas piedras de tamaño mayor a los 0,20 mts. para lo cual se emplea un compresor Marca Hollman de 10 m³/min., con la ayuda de 4 martillos neumáticos.

El destape se efectúa con una pala cargadora marca CATERPILAR, modelo 944 y otra John Deere mod. 544, más un camión rentado marca Ford, Modelo F700, con caja volcadora y un Tractor Fiat 800E c/pala de arrastre Gropal de 2 m³.

- Recuperación Estimada

La recuperación estimada general es del 90%. Con la Planta de Pelletizado.

- Capacidad teórica de Producción

Capacidad teórica es de 10.000 Tn/mes en Granulado (Molienda directa);
Capacidad de Pelletizado actual 4.000 Tns mes.

- Escala de Producción

La escala de producción es de 1.500 Tn/mes.

- Estimación de Reservas

El Yacimiento tiene estimadas unas 6 Millones de Toneladas.

La Cantera en explotación dentro del Yacimiento es de 380.000 Tns.

Entiéndase que por Ley minera se puede explotar del total del Yacimiento Cantera de no más 30 Has.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- La Dirección y Administración de la Sociedad está a cargo de los Sres. Ricardo Alonso y Héctor Enrique Paredes, quienes revisten el carácter de gerentes.

La participación de los socios en la empresa está compuesta de la siguiente manera:

| Accionistas | Porcentaje de Participación en la Empresa |
|-------------------------|---|
| Alonso, Ricardo Alberto | 55% |
| Paredes, Héctor Enrique | 45% |

¿Por qué motivos aplicar Sulfato de Calcio?

Partiendo del uso agrícola al que va dirigida la extracción y proceso del Sulfato de Calcio, cabe destacar que una de las bases de la agricultura moderna es mantener una buena estructura en el suelo y un balance adecuado de nutrientes disponibles para los distintos cultivos, y en este sentido, la erosión y degradación de los suelos, actualmente afecta a aproximadamente el 35% de la superficie de la Pampa Húmeda, provocando pérdidas económicas por bajos rendimientos.

Para revertir esta situación, es necesario, además de reducir la tasa de erosión a valores razonables, reconstruir las propiedades físico-químicas del suelo destinado a agricultura y/o pasturas.

Es aquí donde el yeso agrícola es ampliamente recomendado entre las prácticas de conservación y recuperación de suelos, tanto para cultivos intensivos como extensivos, utilizándose principalmente como enmienda, mejorando suelos compactados, problemas de drenaje, falta de aireación y como fertilizante: fuente de azufre y calcio para los cultivos, frutales y parques.

Línea de productos

La cartera de productos que ofrece la empresa es amplia, adaptándose el producto para las diferentes necesidades que presenta el suelo del cliente.

Entre ellos esta:

- FullSulfoMag: Pellet Granular, de excelente disolución, compuesto por Minerales Finamente Molidos, malla 200, que permiten una rápida incorporación y disolución. Apto para mezclas con fertilizantes químicos, que permiten una mejor relación de mezcla, ya que una tonelada de FULL SULFOMAG, equivale a 1350 Kg, de dolomita y Sulfato de Calcio. Bajando significativamente los costos de transporte y mezclado.
- Dolomita Agrícola Granulada (DAG): Es altamente eficiente su utilización agronómica (presentación granulo) ya que cuenta con mayor superficie de contacto que el mismo producto en presentación piedra. Menor nivel de polvo y dosificación que materiales no pelleteados. Mayor disolución, ya que es polvo en malla 200, sometido a un proceso de granulación. Mayor disponibilidad menor costo por Kg. de magnesio. Menor costo de transporte por tn y uniformidad ideal para ser aplicado junto a la siembra (pg).
- Eficient YAD TRIGO/SOJA: El pelletizado o compactado es un proceso industrial que consiste en someter a ciertos minerales, previamente tratados y molidos, a muy altas presiones, convirtiéndolos en pequeñas partículas que permiten mejorar la superficie de contacto entre el fertilizante y el suelo, favoreciendo la rápida absorción por parte de los cultivos. Este procedimiento de pelletizado apunta únicamente a facilitar la aplicación en los cultivos, ya que de esta forma se puede usar para las máquinas fertilizadoras convencionales.
- Fertilizantes Minerales Pelletizados: El pelletizado mediante el proceso de compactado, es un proceso industrial que consiste en someter a muy altas presiones a minerales que previamente fueron molidos. Los pellets así obtenidos son de tamaño uniforme, entre 2 y 4 mm, lo que facilita la aplicación. Este procedimiento de pelletizado apunta únicamente a facilitar la

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

aplicación de los minerales ya sean solos o mezclados con otros fertilizantes. Se pueden usar las maquinarias fertilizadoras convencionales.

- Yeso Agrícola pelletizado con micro nutriente - YAB - YAZ: El polvo de yeso, se mezcla muy uniformemente con el micro nutriente y luego se lo compacta para obtener los pellets.
- Yeso Agrícola pelletizado con dolomita -YAD: Es una mezcla de 67 % de yeso más 34% de dolomita Se obtiene un producto con 12 % de azufre ,28 % de Ca y 6,5% de Mg₂O.
- Yeso Agrícola pelletizado con roca fosfórica - YAF: Es una mezcla de 50 % de yeso más 50% de roca fosfórica.
- YAZ – Yeso agrícola + ZINC: Es un mezcla de Sulfato de Calcio + 1% de Sulfato de Zinc, todo Pelletizado en un solo elemento.
- YAB – Yeso Agrícola + BORO: Es un mezcla de Sulfato de Calcio (YAP) + Boro, todo Pelletizado en un solo elemento. El yeso, que se obtiene de yacimientos calificados de La Rioja, es sometido a una fina molienda y convertido en partículas de entre 0,1 mm y 1mm que se mezclan con Boro (B). Esta mezcla se compacta a través de un novedoso procedimiento industrial obteniéndose los Pellets.
- YAG – Yeso Agrícola Granulado: Sulfato de Calcio Natural, extraído del yacimiento ubicado en la localidad de San Ramón, La Rioja. El Molido y Granulado se realiza en la planta de propiedad de la empresa, ubicada en Colonia Caroya en Córdoba, con Granulometría uniforme en 2 a 4 milímetros. Es yeso en polvo compactado que, al entrar en contacto con la humedad del suelo, se desmorona fácilmente. Es de rápida reacción, ya sea como fertilizante azufrado o como corrector de suelos alcalinos sódicos.
- YAP – Yeso Agrícola Pelletizado: El pelletizado o compactado es un proceso industrial que consiste en someter a ciertos minerales, previamente tratados y molidos, a muy altas presiones, convirtiéndolos en pequeñas partículas que permiten mejorar la superficie de

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

contacto entre el fertilizante y el suelo, favoreciendo la rápida absorción por parte de los cultivos. Este procedimiento de pelletizado apunta únicamente a facilitar la aplicación en los cultivos, ya que de esta forma se puede usar para las máquinas fertilizadoras convencionales.

Se lo puede aplicar solo o mezclado con otros fertilizantes.

El compactado o Bricketing de ciertos minerales tales como el Potasio o el SCa, es la forma más eficiente de Pelletizado, ya que otorga una elevada resistencia mecánica (muy superior al perlado) y mantiene el 100% de la pureza del mineral. Este proceso, transforma a los minerales en aptos para los movimientos a granel, sin generar polvo.

Servicios auxiliares

- Laboratorio

Taller Container de 20 pies equipado con soldadura, amoladora, perforadora, compresor, herramientas varias y equipo oxicorte.

- Seguridad Industrial

Cumplen con las exigencias de la A.R.T.

- Almacenes

En planta stock mínimo de elementos de apoyo para la producción.

Transporte

Transporte de carga desde la mina de extracción hacia la planta.

- Vehículo Carga

Camión Mercedes Benz Axor 1933 Mod 2009 con Semi Randon 14,5mts Mod 2005.

Camión Mercedes Benz Atron 1634 Mod 2013 con Batea Cormetal 14,5mts Mod 2011.

Camión Mercedes Benz Atron 1634 Mod 2014 con Batea Cormetal 14,5mts Mod 2012.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- Vehículos para comercialización

Furgón Mercedes Benz Sprinter Mod 2014

Ford Ranger, Doble cabina Mod. 2003 4x4

Pick Up Toyota 2007 Doble Cabina Honda.

Infraestructura

- Obras Viales :

El Yacimiento se encuentra a 250 Mts., de la Ruta provincial Nro. 28, en donde el acceso y caminos Interiores fueron realizados por la empresa.

- Captación y Transporte de Agua:

Se realizó una perforación a 20 Mts., con una bomba de 5000 Lts/ Hora, con un sistema de distribución de agua, ejecutado por personal de la empresa.

- Generación y transporte de energía:

La zona no dispone de tendido de red eléctrica, por lo tanto se provee a la planta con 2 grupos propios:

Grupo electrógeno CULLEN GM 12-V-71NT 420 KVA continuos.

Equipo de Emergencias CUMINS de 35 KVA.

- Campamento:

Se dispone de una carrocería de colectivo a forma de oficina y lugar de refrigerio y el personal dispone de una casa arrendada en la localidad de Portezuelo.- Construcción de Material, que sirve de depósito de Herramientas y Material Container de 20 pies de Pañol de Herramientas y Deposito de Grupos Electrógenos.

- Comunicaciones :

Internas, mediante equipamiento de radio tipo Handy. Externas, mediante telefonía celular.

- Sanidad:

Se cuenta con Botiquín de primeros auxilios y se le brinda asistencia en el hospital de portezuelo, todo el personal tiene cobertura de ART y Obra Social.

Producto

El producto que mayor salida tiene es el “YAG – Yeso Agrícola Granulado”.

La planta está situada en el parque industrial Puerto Caroya (Colonia Caroya).

Su espacio físico es grande lo que no genera un impedimento si se pensara en una futura ampliación ya que cuenta con terrenos circundantes de dos hectáreas.

La materia prima que es el yeso (piedra) es adquirida de la cantera, de propiedad del ente, ubicada en la provincia de La Rioja. El traslado de la materia prima es llevado a cabo por dos camiones pertenecientes a la empresa. Cabe aclarar que ante la necesidad de realizar grandes cargamentos o simplemente la distribución de los productos terminados a los clientes, a la empresa no le alcanza con estos dos rodados y por lo tanto se ve obligada a alquilar un servicio de transporte para los materiales.

La amenaza del mal clima siempre está latente a la hora de extraer la materia prima de la cantera, es por ello que la empresa maneja grandes cantidades de materias primas en la planta para evitar frenar la producción causado por la imposibilidad de extraer la materia prima. En cuanto a la mano de obra, la mayoría del personal no está capacitado sino que aprendieron a utilizar la maquinaria por la experiencia propia y la práctica.

La posición arancelaria del mismo es 2520.10.20 000 A.

Se ubica en:

- Capítulo 25, dedicado a “Sal; Azufre; Tierras y Piedras; Yesos, Cales y Cementos”
- Subcapítulo 20, en el que se encuentran “Yeso Natural; Anhidrita; Yeso fraguable (consistente en yeso natural calcinado o en sulfato de calcio),

incluso coloreado o con pequeñas cantidades de aceleradores o retardadores.”

- Partida y subpartida 10.20, que hace referencia al anhidrita.

Con respecto a la frecuencia de uso del producto, el mismo no presenta una frecuencia de uso “recomendada”, ya que la misma dependerá de los diversos factores climáticos, biológicos, del tipo y necesidades del suelo, y las necesidades de la plantación a la que se lo quiera utilizar. Por lo general las cantidades usadas oscilan entre 1 (una) y 20 (veinte) toneladas por hectárea.

Dependiendo del método por el que se decida aplicar el producto “YAG” que se necesitara de alguna maquinaria. Si se decide hacerlo al “boleo”, no se necesita de alguna maquinaria, ya que el mismo se realiza de manera manual. En cambio, si se decide aplicarlo de manera asistida, se tendrá que recurrir a una maquinaria para poder aplicar el producto en los suelos.

El producto “Yeso Agrícola Granulado” presenta como sustitutos a:

- Urea: La urea, es un compuesto químico cristalino e incoloro. El 90% de la urea producida se emplea como fertilizante. Se aplica al suelo y provee nitrógeno a la planta. También se utiliza la urea de bajo contenido de biuret (menor al 0.03%) como fertilizante de uso foliar. Se disuelve en agua y se aplica a las hojas de las plantas, sobre todo frutales, cítricos.

La urea como fertilizante presenta la ventaja de proporcionar un alto contenido de nitrógeno, el cuál es esencial en el metabolismo de la planta ya que se relaciona directamente con la cantidad de tallos y hojas, las cuáles absorben la luz para la fotosíntesis. Además el nitrógeno está presente en las vitaminas y proteínas, y se relaciona con el contenido proteico de los cereales.

No hay productores de urea a nivel nacional.

- Dolomita: Los usos de la dolomita dependen principalmente de sus propiedades físicas y químicas. De acuerdo a sus propiedades físicas la podemos usar como piedra para edificios; por sus propiedades químicas las podemos usar en la manufactura de cementos Portland o cal; plásticos; pinturas; polvos para dientes; antiácido; en la eliminación de dióxido de azufre

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

de los gases de combustión y producción de dióxido de carbono; La dolomita se emplea como fundente en las industrias del acero, del vidrio y la cerámica entre otros.

La variedad de dolomita negra es utilizada principalmente en la industria del vidrio y fundición de hierro; mientras que la dolomita blanca además de ser utilizada en la industria del vidrio y fundición de hierro, también se usa en la industria de alimentos balanceados y cerámica.

La dolomita además de compartir los usos comunes con la caliza, es considerada una fuente vital de magnesio para la industria del acero, del vidrio y agrícola. Éste es uno de los mercados más grandes para el uso de la dolomita. Existen dos principales vertientes a conocer de la dolomita: como aditivo del suelo y la dolomita que se usa como materia base para los fertilizantes de magnesio de calcio.

En el país podemos encontrar dos productores de dolomita, como ser el caso de “Indimet”, y “Agrominera del centro”, ubicada en la Provincia de Córdoba.

Si bien como fertilizantes estos productos se los puede considerar como productos “sustitutos”, la ventaja que presenta este fertilizante, es que además de actuar como tal, el mismo también se lo puede emplear como recuperador de suelos en el caso de que sea necesario, alargando así el ciclo de vida del suelo en el que se realiza el cultivo.

Plan de negocios

La gran ventaja de Recuperar SRL, está en el desarrollo del pelletizado de minerales, que le dan una ventaja muy importante en el mercado, asimilando a la eficiencia de los Fertilizantes químicos.

Cabe destacar, que la tecnología es de desarrollo propio, estando en plena expansión sus posibilidades comerciales.

Recuperar SRL cuenta con los Beneficios de la Ley de promoción Minera Ley 24196, Ley de Promoción y Desarrollo Industrial de la Pcia. de Córdoba, Ley 9121, Aprobación de Impacto ambiental y Número de Registro de SENASA 14759.-

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

La distribución mayorista se centraliza en la Ciudad de Colonia Caroya, a partir de la instalación de la actual planta de pelletizado y depósito.

Por otro lado, se cuenta con representantes comerciales, tanto en Córdoba como en Santa Fé, atendiéndose actualmente las Provincias de Santa Fé, Córdoba, Entre Ríos, Santiago del Estero, Chaco y Norte, Centro y Oeste de la Provincia de Buenos Aires.

La idea principal de Recuperar SRL, consiste en invertir para poder posicionar los Productos (para distintos Cultivos), y reasignar las tareas en el área de Ventas y Logística, para tratar de lograr la máxima capacidad de producción.

También procuran ampliar la cartera de Clientes.

Para que la Planta sea rentable, es necesario que la Productividad alcance una plena producción, y para ello es importante un desarrollo mayor del área ventas, tanto para el mercado interno, externo, Formuladores y Agronomías.

Clientes

Dentro del Mercado interno se destacan los grandes formuladores de fertilizantes, tales como Bunge, Cargill, Yara, YPF, Profertil, ACA y Cía. Argentina de Granos, también grandes productores, como GROBOCOPATEL HNOS.

Se está ampliando año a año, la red de distribuidores en toda la Pampa húmeda.

Análisis de Porter

- Amenaza de nuevos ingresantes: La llegada de nuevos jugadores suele estar condicionada por la existencia o no de barreras de ingreso, tales como patentes, economías de escala, altos montos de capital para comenzar, costos de cambio de empresa, acceso a la distribución, las políticas del gobierno, y hasta la imagen de empresas ya existentes, etc.

La industria actualmente posee unas barreras de entrada importante, como ser la propiedad de un yacimiento de minerales, y la maquinaria necesaria para poder llevar a cabo la explotación de dicho yacimiento.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- Amenaza de productos sustitutos: Si bien el producto que comercializa la empresa presenta varios productos sustitutos como uso de fertilizante, la realidad es que el fertilizante con los números de eficacia que maneja como proveedor de calcio y corrector de suelos no presenta sustitutos.

- Poder de negociación de los compradores: Los consumidores poseen un cierto poder de negociación cuando por ejemplo adquieren los productos en grandes cantidades o se asocian en grandes grupos. En el caso que atañe a la empresa analizada es alto, ya que se comercializan grandes volúmenes y son empresas importantes en el rubro de la agricultura, lo cual hace que la empresa tome las medidas necesarias para lograr la fidelización del cliente. Por lo general, dicha estrategia de fidelización consiste en hacer un precio diferenciado de acuerdo a la cantidad demandada por cada cliente.

A la hora de analizar el sector en sí, podemos concluir que el poder que poseen los compradores es relativamente alto debido al volumen de compras que presentan los mismos en relación a la cantidad producida por la empresa.

- Poder de negociación de los proveedores: La capacidad de negociación de los proveedores depende de las características del sector, nombrando la cantidad de proveedores, la importancia en la cadena de valor, etc.

La empresa al ser propietaria de toda la cadena productiva no cuenta con amenazas de proveedores en lo referente a la materia prima.

- Rivalidad entre las compañías que compiten en la industria: La diferenciación en la propuesta de cada empresa en el servicio y el producto, dependen de la calidad ofrecida por cada una, lo que marca distintos grupos de competidores que pelean por mercados diferentes.

A nivel nacional, hay una gran rivalidad entre las empresas productoras de fertilizantes, pero no hay una gran cantidad de productores de fertilizantes. Además cada empresa se caracteriza por ofrecer distintas combinaciones de químicos y fertilizantes, cada uno de ellos adaptándose a las distintas necesidades que presentan los suelos de los clientes.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Lo expuesto en el presente, permite obtener una mirada global de la empresa, abarcando todas sus dimensiones, conociendo sus fortalezas y debilidades, comprender su estructura, y saber qué posición ocupa en el mercado.

Análisis del Entorno Nacional

Aspecto Político – Legal

Actualmente en el país, debido a las decisiones que toma el gobierno, existe cierta incertidumbre en lo jurídico, lo que provoca dificultad para prever escenarios futuros de la industria. Dicha incertidumbre generada, dificulta las proyecciones, lo que conlleva al desalentamiento de las inversiones, y obligando a los empresarios a enfocarse en el corto y mediano plazo, con todo lo que esto implica en términos de estrategias, como ser la toma de decisiones, formar una alianza estratégica, etc. Con el acuerdo de la refinanciación de la deuda a los fondos buitres se espera en un futuro que esta situación cambie y entren inversiones a nuestro país nuevamente. Hace pocos días el Gobierno emitió bonos de deuda y se cuadruplico la oferta esperada por dichos bonos, en consecuencia ese ingreso de dinero será usado para refinanciar pasivos, por otro lado el Gobierno actual elevó las tasas de interés de los plazos fijos en pesos y del rendimiento que dan los LEBACS y otros bonos o letras del BCRA que tienden a estabilizar el tipo de cambio. En resumen todo apunta a que en el mediano plazo la economía se estabilice, sin embargo estas medidas contrarias al Gobierno anterior impone en este escenario una gran incertidumbre para cualquier empresario, y estancando la toma de decisiones en cuanto a inversión, empleo, etc.

Otro aspecto que influye a la industria es el ocultamiento de índices relevantes por parte del gobierno. Si bien es cierto que el gobierno entrante se encuentra en un proceso de blanqueamiento de estos índices, al día de la fecha la situación sigue delicada. Esto trae como consecuencia que la industria no pueda saber con exactitud cómo van a evolucionar determinados factores de la economía, como ser el caso de la inflación. Y si lo quieren saber tienen que recurrir a investigadoras privadas.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Con respecto a si algún organismo gubernamental ejerce algún tipo de control, debido al tipo de producto que se trata, actualmente no existen organismos gubernamentales encargados de dicha regulación.

En la actualidad, Argentina está pasando por la presión impositiva más alta de la historia, la cual ha pasado de representar el 23% del PBI en el 2001, a representar el 35% en el 2013.³⁸ Esto quiere decir que el 35% de la producción a nivel nacional es recaudado por el gobierno. Dicho aumento de la presión impositiva se ve directamente afectado por el fuerte aumento por parte del Estado en el gasto público. Esto trae aparejado el desalentamiento de la inversión, ya que la rentabilidad de las industrias se ve fuertemente afectada.

Para la comercialización a nivel nacional, no se le requiere a las empresas productoras de fertilizantes el cumplimiento de normas ISO ni el uso de ningún tipo de procedimiento para la producción del producto. Esto no implica que alguna empresa decida adoptarlo de manera voluntaria para demostrar excelencia en el proceso productivo y calidad en el producto.

En la actualidad existen varias instituciones y programas destinados a ayudar a la operatoria de comercio internacional. Algunos de estos son:

- Financiación de las exportaciones – Banco de la Nación Argentina:³⁹ Es una financiación en moneda extranjera, para vender a plazo bienes de origen argentino en los mercados del exterior y cobrar al contado. Beneficia a los exportadores argentinos de mercaderías, permitiéndoles colocar sus productos en los mercados externos en mejores condiciones de oferta. Para ello, el BNA cuenta con un Régimen de Financiación de exportaciones de bienes de capital y contratos de exportación llave en mano, a mediano y largo plazo, "sin recurso", y otro Régimen de Financiación de exportaciones de bienes en general (incluye bienes de consumo durables) a corto plazo, "con recurso" o "sin recurso" (forfaiting). La documentación requerida por el banco para poder acceder al crédito es la siguiente:

³⁸ <http://www.lagaceta.com.ar/nota/604476/opinion/agobiante-presion-tributaria-argentina.html>
Recuperado Lunes 25 de Enero de 2016

³⁹ http://www.bna.com.ar/pymes/py_internacionales_exportadores2.asp. Recuperado Lunes 25 de Enero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- › Documentos de embarque negociados conforme.
- › Endoso de letras de cambio o cesión de los derechos de cobro de los instrumentos de pago, según corresponda, de una institución autorizada a operar a través de los Convenios de Pagos.
- › Para operaciones con recurso, además se podrán requerir garantías institución autorizada a operar a través de los Convenios de Pagos y adicionales a satisfacción del BNA.

- Fundación ExportAr:⁴⁰ La Fundación ExportAr es la agencia de promoción comercial, dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, cuya misión es fomentar el incremento y la diversificación de las exportaciones argentinas. Como institución mixta integrada por el sector público y privado, a través de un Consejo de Administración que reúne a los actores más destacados del comercio exterior argentino, la Fundación ExportAr asiste a la comunidad empresarial en sus esfuerzos por conquistar nuevos mercados; fijándose como objetivo final que las empresas argentinas comercialicen sus productos y servicios en forma competitiva en el plano internacional.

Para lograrlo lleva adelante acciones de promoción de exportaciones buscando reunir a productores argentinos con compradores extranjeros en los más importantes encuentros de negocios del mundo.

A la vez, trabaja con empresas nacionales brindándoles información comercial, asistencia técnica y capacitación, para que ellas generen los cambios necesarios para producir y comercializar eficientemente en mercados externos.

- Agencia ProCórdoba:⁴¹ ProCórdoba se concibió como una sociedad de economía mixta en la que los sectores públicos y privados interactúan promoviendo la política comercial externa y la inserción internacional de las empresas. Tiene competencia en todo lo relativo a la promoción del comercio exterior con el objetivo de consolidar la base exportadora de la provincia y de

⁴⁰ <http://www.exportar.org.ar/web2013/exportar.php>. Recuperado el Miercoles 27 de Enero de 2016

⁴¹ <http://www.procordoba.org/quienes-somos-4277.html>. Recuperado el Miercoles 27 de Enero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

lograr un crecimiento sostenido de las firmas y los productos en los mercados internacionales.

Aspecto Económico

La Argentina está pasando por un proceso inflacionario, lo que provoca un incremento generalizado y sostenido de los precios, lo que lleva a los empresarios de la industria a ser totalmente precavidos con los gastos a los que se incurren al momento de la producción para seguir manteniendo sus precios. Al mismo tiempo, el gobierno nacional está implementando un control de precios, lo cual hace que la industria este en alerta permanente para que el aumento de sus costos productivos no influyan en el precio del bien final.

De acuerdo a lo medido por las investigadoras privadas la inflación anual al 29 de Octubre de 2015 es de 25.69%, mientras que según el INDEC es de 14.44%⁴², lo cual demuestra una diferencia casi del 78% entre ambas mediciones. Si bien la inflación es un promedio de del aumento general de precios, es útil desagregarla, así poder identificar a los sectores industriales más afectados por la misma.

Como toda economía abierta, Argentina realiza transacciones con diversas divisas, entre ellas el dólar americano. Actualmente, el tipo de cambio que practica el gobierno se lo denomina como “flotación administrada”, esto implica que el precio de las divisas varíe una franja determinada, y que el Banco Central de la República Argentina intervenga de acuerdo a las necesidades macroeconómicas que se tenga en el momento.

Aspecto Cultural

En este ambiente podemos destacar que actualmente hay una preocupación y concientización cada vez mayor a nivel general por el medio ambiente, sin importar de qué industria se trate. Lo cual ha llevado a la empresa, al momento de constituirse, de diseñar sus productos para contribuir a esta causa, como ser el desarrollo de un producto para evitar el desgastamiento de los suelos, generando así un valor agregado importante para los consumidores, tanto a los actuales como a los futuros, ya sea en las

⁴² <http://www.inflacionverdadera.com/> Recuperado el Sábado 30 de Enero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

características del producto, como así también en el proceso productivo del mismo.

Aspecto Tecnológico

En lo referente al ambiente tecnológico de la industria, es relevante ya que se requiere de maquinaria especializada para poder realizar la extracción de la materia prima en los yacimientos, y también para el aditivo de los químicos a la materia prima, como también para la partición del mismo. Para el momento de aplicación del producto no es tan importante, ya que los fertilizantes pueden ser aplicados a los suelos sin mayores complicaciones que la aplicación manual, aunque de ser un terreno de gran superficie se puede recurrir a la aplicación asistida a través de maquinarias.

Análisis FODA

Fortalezas

Si bien la empresa es relativamente nueva, y se está dando a conocer en el mercado, la misma cuenta con tecnología de punta para la extracción y producción de los bienes ofrecidos. Para no perder esta posición que se ha ganado con respecto a la tecnología de punta en el proceso productivo, la empresa ha decidido destinar gran parte de sus ingresos a una inversión permanente de maquinaria, prestando atención a las últimas novedades. Además de poseer la maquinaria necesaria para llevar a cabo la actividad, la misma cuenta con la propiedad del yacimiento donde se realiza la extracción, y la fábrica donde se confeccionan los diversos productos ofrecidos.

También la misma cuenta con tres camiones para realizar el movimiento de mercadería desde el centro de extracción ubicado en La Rioja hasta la planta productiva ubicada en la localidad de Colonia Caroya.

Como expresado anteriormente, los empleados de la empresa no contaron con una capacitación sobre el manejo de la maquinaria, sino que aprendieron basándose en la experiencia, lo cual demuestran que tienen una gran disposición por aprender y colaborar. Se considera conveniente realizar un plan de capacitación de conocimientos generales no solo relacionado a la

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

parte operativa sino al negocio completo de la empresa, para generar polivalencia, y generar posibilidades de desarrollo dentro de la misma.

La empresa también ha demostrado tener una gran capacidad productiva, y disposición de los recursos necesarios en el caso de que se necesite aumentar la capacidad productiva en un futuro.

Recuperar S.R.L. en sus incursiones en el mercado de Uruguay y Paraguay ha demostrado saber desarrollarse sin mayores complicaciones, logrando clientes de gran importancia como ser el caso de Bunge, YPF, Petrobras, Cooperativas Unidas del Paraguay, entre otras.

Debilidades

La empresa se encuentra en la etapa de crecimiento, tratando de consolidarse, por lo cual, si bien ya hicieron incursiones en mercados extranjeros, como ser el caso de Uruguay y Paraguay, a nivel internacional todavía no son reconocidos.

Actualmente no hay grandes contribuciones de capitales, y el aporte de los socios se limita a aportar un porcentaje de los ingresos obtenidos a la reinversión y mantenimiento de las plantas y las maquinarias.

Si bien la empresa actualmente cuenta con tres camiones para poder trasladar la materia prima hasta el centro productivo, y en el caso que necesitan trasladar mayores cantidades acuden a la tercerización del servicio, en el supuesto caso de que se necesite aumentar la producción para poder hacer frente a un aumento en la cuota de mercado, este costo se verá aumentado.

En lo referente a la mano de obra, si bien ya saben cómo manejar la maquinaria y han demostrado tener capacidad para adaptarse, en el caso de que un comprador internacional exija que los mismos cuenten con cursos de capacitación o que cumplan con ciertos estándares, puede llegar a provocar la pérdida de dicha venta.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Oportunidades

En el mundo hay un gran movimiento “verde” por cuidar el medio ambiente, lo cual, gracias al producto que comercializa la empresa, le otorga una gran ventaja, ya que el mismo sirve para evitar la degradación de los suelos. Esta característica del producto también le otorga una ventaja a la organización en el caso de los países que vieron su industria agrícola experimentar un gran crecimiento, y por ende que ven sus suelos desgastados.

Otra ventaja con la cual cuenta la empresa es que el Yeso Agrícola, actúa como sustituto de otros fertilizantes menos económicos, contribuyendo a un mayor volumen de ventas, logrando el posicionamiento que busca la empresa.

Amenazas

Hay ciertos acontecimientos de la situación política económica de nuestro país que no ayudan a que se genere un ambiente propicio para incentivar las exportaciones. Dentro de dichas políticas podemos encontrar una inestabilidad del precio del dólar americano, haciendo que los precios anunciados no perduren en el tiempo. Otro aspecto político que también incide en los precios, es la inflación que sufre el país, lo cual encarece a los costos que incurre la empresa para la producción de su producto.

Existen restricciones arancelarias recíprocas que el MERCOSUR se le ha impuesto a determinadas importaciones, ya que hay otros bloques económicos que han adoptado por tomar medidas similares hacia productos de esta región, dificultando su exportación hacia esos mismos. Dicha política también influye en el caso de que la empresa necesite importar algún repuesto, demorando el ingreso del repuesto al país y forzando así a un corte en la producción.

En lo que respecta al panorama mundial en la actualidad contamos que una inestabilidad en lo que se refiere a los precios de los commodities, como por ejemplo la soja que se encuentra muy por debajo de su precio promedio. Esto

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

afecta una baja en la oferta de este tipo de productos que inciden directamente el consumo de fertilizantes.⁴³

A partir de lo mencionado con anterioridad, podemos ponderar las distintas variables, y de esta manera poder llevar a cabo el análisis F.O.D.A.

| Orden | Fortalezas | Grado de importancia |
|-------|---|----------------------|
| 1 | Tecnología de punta | 3 |
| 2 | Transporte propio | 3 |
| 3 | Disponibilidad de recursos | 3 |
| 4 | Capacidad productiva | 3 |
| 5 | Experiencia en el comercio internacional | 2 |
| 6 | Disposición de los empleados por aprender | 1 |

| Orden | Debilidades | Grado de importancia |
|-------|---|----------------------|
| 1 | No aportes de capitales | 3 |
| 2 | No reconocimiento a nivel internacional | 2 |
| 3 | No hay capacitación de personal | 2 |

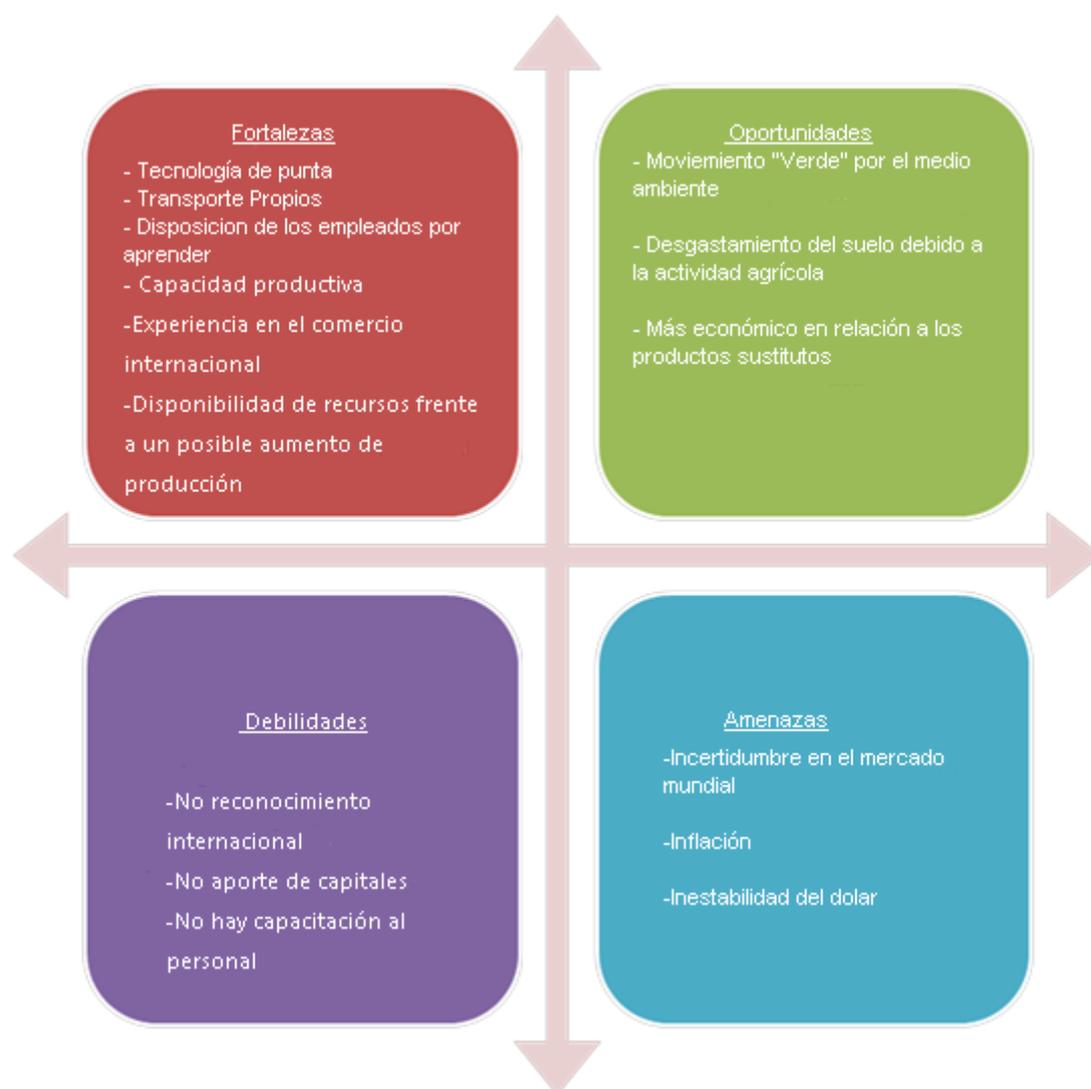
43

https://www.puente.net.com/cotizaciones/commoditiesCotizaciones!getHistoricoCommodity.action?id=COMMODITY_ZS4. Recuperado el Sabado 30 de Enero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

| Orden | Oportunidades | Grado de importancia | Grado de ocurrencia |
|-------|----------------------------------|----------------------|---------------------|
| 1 | Más económico que los sustitutos | 3 | 3 |
| 2 | Desgaste de los suelos | 3 | 3 |
| 3 | Movimiento "verde" | 2 | 3 |

| Orden | Amenazas | Grado de importancia | Grado de ocurrencia |
|-------|---------------------------------------|----------------------|---------------------|
| 1 | Inflación | 3 | 3 |
| 2 | Inestabilidad del dólar | 3 | 3 |
| 3 | Panorama económico y político mundial | 3 | 3 |



INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Diagnóstico de exportación

La empresa posee ciertos elementos internos lo cual le otorga una ventaja competitiva, y que al mismo tiempo le permite encarar y resolver aquellos asuntos internos no favorables en cara a la incursión en los mercados internacionales.

De acuerdo a su posición arancelaria, el producto recibe el siguiente tratamiento tributario para las exportaciones:

| DEE % | RE % | DEI % | RI % |
|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| + | + | + | + |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Dto. PEN N 509/2007 | Dto. PEN N 509/2007 | Dto. PEN N 509/2007 | Dto. PEN N 509/2007 |

Fuente: Tarifar

Recuperar SRL es propietaria de las plantas extractoras y productivas, teniendo capacidad para aumentar su producción en el caso de ser necesario, permitiéndole cierta soltura al momento de afrontar un aumento en la demanda de sus bienes. La ubicación geográfica de las plantas extractoras de la empresa es determinante, ya que las mismas se encuentran ubicadas en yacimientos de yeso.

Consideramos que es de especial importancia, atender a los cambios políticos y económicos que se están dando en el ámbito del comercio internacional debido a la incertidumbre constante con respecto a restricciones o regulaciones que se pueden implementar en dicho ámbito.

Además, consideramos que el movimiento por la preocupación por el medio ambiente, brinda a la empresa una gran oportunidad, a través de investigación de energías renovables y productos sustentables, ya que la misma comercializa productos no nocivos y que ayudan a evitar el desgaste de los suelos provocados por la actividad agrícola.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Estudio del mercado internacional

Principales exportadores mundiales de anhídrita

| <u>Exportadores</u> | <u>valor exportada en 2011</u> | <u>valor exportada en 2012</u> | <u>valor exportada en 2013</u> | <u>valor exportada en 2014</u> |
|------------------------------------|--|--|--|--|
| Mundo | 423.195 | 454.112 | 460.254 | 525.658 |
| Tailandia | 137.537 | 144.569 | 159.176 | 175.784 |
| España | 45.638 | 54.737 | 53.649 | 66.671 |
| Estados Unidos de América | 20.137 | 28.952 | 25.278 | 30.138 |
| Omán | 5.852 | 8.641 | 11.663 | 25.140 |
| Alemania | 34.379 | 30.134 | 21.837 | 21.432 |
| Canadá | 22.768 | 15.392 | 16.168 | 19.980 |
| Irán, República Islámica del | 19.847 | | | 18.221 |
| Lao, República Democrática Popular | 13.264 | 12.994 | 14.972 | 15.672 |
| Pakistán | 6.442 | 15.894 | 14.983 | 13.903 |
| Francia | 9.738 | 11.478 | 15.218 | 13.157 |
| Italia | 768 | 688 | 1.029 | 12.439 |
| México | 8.443 | 10.548 | 11.488 | 11.394 |

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

| | | | | |
|------------------------|--------|-------|--------|-------|
| China | 10.154 | 9.370 | 10.015 | 9.606 |
| Arabia Saudita | 2.244 | 4.498 | 5.375 | 8.544 |
| Australia | 5.258 | 6.473 | 7.139 | 7.361 |
| Kenya | 4.854 | | 4.101 | 4.540 |
| Marruecos | 2.431 | 3.297 | 3.875 | 4.303 |
| Chipre | 3.530 | 3.435 | 3.543 | 4.224 |
| Argentina | 2.217 | 2.972 | 5.465 | 4.165 |
| Países Bajos | 5.562 | 4.005 | 4.666 | 4.036 |
| Bélgica | 3.011 | 2.300 | 2.283 | 3.800 |
| Bhután | 10.558 | 9.082 | 1.997 | 3.480 |
| Egipto | 3.189 | 2.882 | 3.004 | 3.461 |
| Grecia | 2.348 | 2.337 | 2.963 | 3.321 |
| Emiratos Árabes Unidos | 4.066 | 1.631 | 2.473 | 3.282 |

⁴⁴ Fuente Trademap (medido en miles de dólares)

En la tabla están representados los principales exportadores a nivel mundial de anhídrita. Dentro de esta tabla, Argentina se encuentra en el puesto n^o 19. En el año 2014, lo exportado por Argentina represento el 0,80% de las exportaciones mundiales del producto. Los principales exportadores son Tailandia, con un volumen de exportaciones del 33,44% en el año 2014, seguido por España con el 12,68% y por Estados Unidos con el 5,73%.

⁴⁴ http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx . Recuperado el Lunes 1 de Febrero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

A pesar de que la cantidad exportada por Argentina decreció en 2014 respecto a la situación económica política y si bien no representa un gran volumen, está entre los 25 exportadores principales, y es el único, dentro de este listado, de la región.

Principales importadores mundiales de anhídrita

| Importadores | valor importada en 2011 | valor importada en 2012 | valor importada en 2013 | valor importada en 2014 |
|---------------------------|--|--|--|--|
| Mundo | 713.217 | 768.871 | 788.194 | 897.307 |
| Japón | 65.253 | 72.200 | 80.322 | 99.814 |
| India | 64.435 | 79.304 | 77.794 | 95.571 |
| Viet Nam | 60.884 | 62.284 | 59.745 | 76.243 |
| Indonesia | 47.929 | 58.422 | 64.490 | 67.254 |
| Estados Unidos de América | 44.006 | 40.602 | 42.610 | 56.769 |
| Nigeria | 21.193 | 28.143 | 30.627 | 33.197 |
| Malasia | 27.290 | 34.049 | 32.901 | 32.342 |
| Georgia | 10.988 | 20.680 | 23.948 | 27.485 |
| Corea, República de | 16.214 | 18.972 | 18.917 | 28.340 |
| Filipinas | 4.676 | 13.049 | 14.010 | 17.989 |
| Bélgica | 12.618 | 14.984 | 14.018 | 17.766 |
| China | 1.987 | 4.488 | 7.340 | 13.731 |

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

| | | | | |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|
| Canadá | 12.586 | 11.297 | 13.133 | 11.710 |
| Francia | 15.740 | 16.379 | 16.354 | 16.207 |
| Israel | 10.141 | 12.616 | 11.868 | 13.654 |
| Reino Unido | 12.824 | 12.821 | 12.553 | 12.151 |
| Kuwait | 4.502 | 6.230 | 8.378 | 11.522 |
| Colombia | 5.089 | 6.984 | 10.089 | 10.446 |
| Países Bajos | 10.030 | 9.693 | 8.432 | 10.345 |
| Sri Lanka | 5.047 | 5.786 | 10.146 | 9.032 |
| Ecuador | 6.766 | 6.091 | 8.204 | 8.635 |
| Bangladesh | 19.791 | 11.546 | 10.996 | 8.563 |
| República Checa | 9.054 | 7.394 | 7.421 | 7.984 |
| Nepal | 7.955 | 7.319 | 8.168 | 7.921 |
| Paraguay | 1.668 | 3.736 | 8.033 | 7.626 |

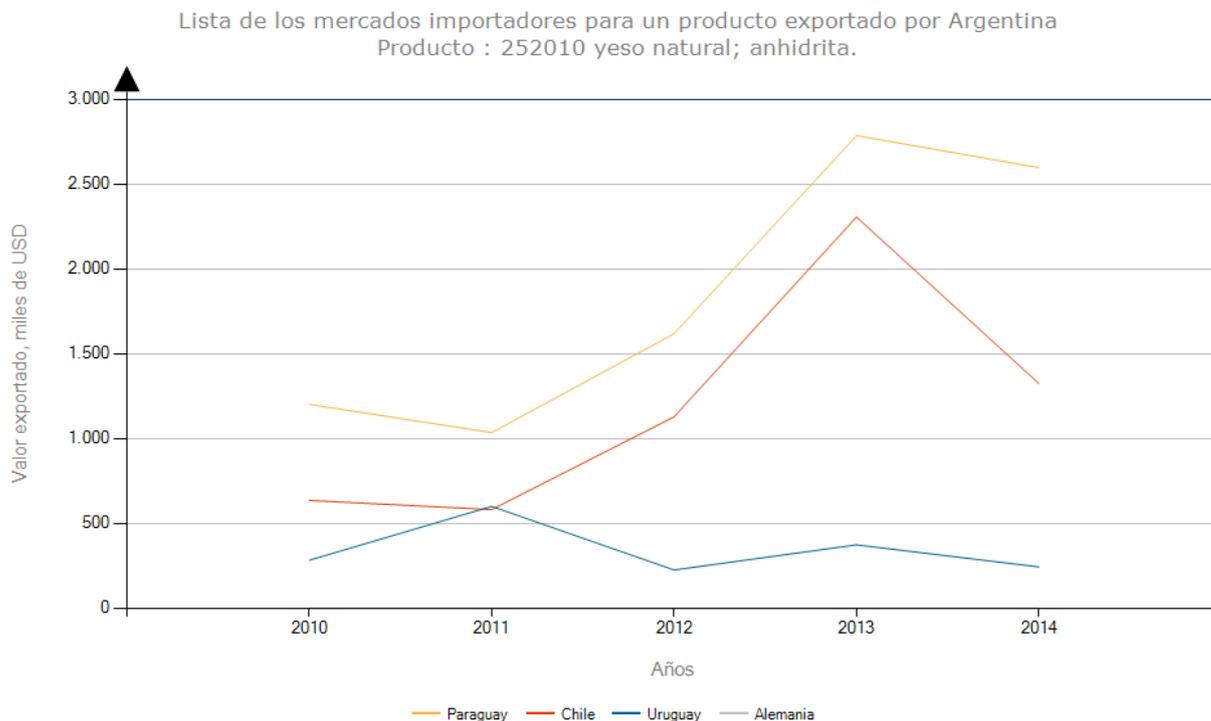
⁴⁵ Fuente Trademap (medido en miles de dólares)

En esta tabla, están listados los principales importadores de Anhidrita. Lo que es importante destacar de esta lista, es que hay tres países de los 25 listados, que pertenecen a la región (Colombia, Ecuador y Paraguay).

En el caso de Colombia y Ecuador se puede observar que año tras año han ido incrementando los valores manejados. Sucede lo contrario en el caso de Paraguay, que si bien se han mantenido crecimiento a valores constantes, en el 2014 ha sufrido una leve caída.

⁴⁵ http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx . Recuperado el Lunes 1 de Febrero de 2016

Principales destinos de exportaciones argentinas de anhidrita



46 Fuente Trademap

De acuerdo a lo que se puede observar en el gráfico, los principales socios comerciales de Argentina son Paraguay en el primer puesto, seguido por Chile, Uruguay y Alemania en ese orden, siendo las de este último casi insignificantes, por lo cual no se lo puede apreciar en el mismo.

En el gráfico se puede observar la evolución que la exportación de la Anhidrita ha sufrido hasta el 2014, produciéndose una baja moderada excepto en el caso de Chile que fue mucho mayor. En el año 2011 se puede apreciar un quiebre que sufrió la exportación de dicho producto, en el cual las exportaciones hacia Paraguay y Chile iban decreciendo, y a partir de ese año, las exportaciones se vieron aumentadas de manera considerable. Pero en el caso de Uruguay, sucedió lo opuesto, las importaciones venían en alza, y a partir de dicho quiebre sufrieron una caída importante durante el 2011, y a partir del año 2012 están volviendo a incrementarse.

46

http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS_Graph.aspx?nvpm=3|032|||252010||6|1|1|2|2|1|2|1|1 . Recuperado el Martes 2 de Febrero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Es importante destacar el caso de Paraguay, ya que se encuentra dentro de los principales importadores de Anhidrita, siendo Argentina su principal proveedor. En Chile, Argentina también es su principal proveedor. De la lista de los principales importadores ubicados en la región, el principal proveedor de Colombia y Venezuela es España y el de Ecuador es México.⁴⁷

Selección del Mercado Internacional

Debido a que cualquier país con un yacimiento de yeso y con el capital necesario para la adquisición de la maquinaria podría producir anhídrita, trae como consecuencia la posibilidad de penetrar mercados extranjeros que no sea exitosa. Esto se debe a que productores locales, o más cercanos a los destinos, no sufran de un gran coste en términos logísticos. Esto lleva acarreado que el producto ofrecido por nuestro país pierda competitividad.

| Importadores | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| | Cantidad exportada Toneladas | Cantidad exportada Toneladas | Cantidad exportada Toneladas | Cantidad exportada Toneladas |
| Mundo | 45.075 | 51.846 | 75.422 | 70.884 |
| Paraguay | 26.161 | 3.6715 | 50.515 | 53.295 |
| Chile | 13.721 | 1.3613 | 22.335 | 15.712 |
| Uruguay | 5.194 | 1.516 | 2.572 | 1.876 |
| Alemania | 0 | 2 | 0 | 0 |

48

Esto se ve reflejado en este listado de los principales importadores de anhídrita producida en Argentina, ya que los principales importadores son países limítrofes, disminuyendo así dicho coste logístico.

47

http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS_Graph.aspx?nvpm=3|032|||252010||6|1|1|2|2|1|2|1|1 . Recuperado el Martes 2 de Febrero de 2016

⁴⁸ http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx . Recuperado el Martes 2 de Febrero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Los países que se van a tener en cuenta para llevar a cabo la selección de países, para luego aplicarlo al filtro multicriterio son Chile y Alemania que son dos de los cuatro países a los que exporta Argentina (Paraguay y Uruguay no van a ser considerados ya que la empresa se encuentra en la actualidad comercializando con ellos). También se van a incluir en el análisis a Japón, India y Viet Nam al ser los tres principales importadores a nivel mundial de yeso agrícola. Y por último se va a considerar también a Colombia, Venezuela y Ecuador, ya que los mismos, junto a Paraguay, representan a los importadores más importantes de yeso agrícola en Latinoamérica.

Filtro 1: Factores eliminatorios externos y no controlados por la empresa exportadora

En primera instancia se elimina Alemania. Si bien presenta uno de los destinos importadores de Yeso Agrícola, la cantidad importada por el mismo es casi nula, lo cual sumado a la lejanía con Argentina, lo que implica un coste elevado de transporte y logística, no lo hace un destino favorable para la comercialización.

También se elimina a India y Viet Nam, ya que también se encuentran muy alejados de Argentina, lo cual implica elevados costos de transporte y logística, y los mismos no presentan ninguna preferencia arancelaria lo cual justifique la selección de dichos países.

Filtro 2: Selección del país

En el presente filtro se analiza de manera simplificada los países previamente seleccionados.

Japón⁴⁹

Japón es un archipiélago formado por más de 3.000 islas. La mayor parte de la población se encuentra concentrada en las 4 islas principales: Honshu (la central y más grande, sobre la cual se encuentra el gran corredor industrial ubicado entre Tokio y Kobe), Hokkaido (al norte), Shikoku (la más pequeña) y Kyushu (la más meridional).

49

http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/mercado/material/Japon_Guia%20de%20Negocios_2014.pdf. Recuperado el Miércoles 10 de Febrero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

De un territorio total de 380 mil km², el 84% es montañoso, siendo el área cultivable menos del 10% del total. El 14% de la superficie cultivable se dedica a actividades agrícolas y ganaderas, el 66% a bosques, y el 20% a otros usos. Comparada con la Argentina, la superficie total de Japón es el 13,5% de la superficie de nuestro país.

El Emperador es el símbolo del Estado y de la unidad del pueblo. El poder soberano descansa en el pueblo japonés.

El Japón renuncia a la guerra como derecho soberano de los Estados. También renuncia a la amenaza del uso de la fuerza como forma de resolver conflictos entre las naciones. Los derechos humanos fundamentales son garantizados como eternos e inviolables.

El Emperador carece de atribuciones de gobierno. Sólo preside los actos de estado estipulados en la Constitución: toma el juramento del Primer Ministro y del Presidente de la Corte Suprema, promulga las leyes votadas por la Dieta (Parlamento) y los Tratados Internacionales, convoca a sesiones a la Dieta, concede los honores conferidos por el Gabinete Nacional. El Primer Ministro es designado por la Dieta Nacional mientras que los jueces de la Corte Suprema lo son por el Gabinete.

Japón posee una infraestructura sumamente moderna y desarrollada, pero las calles y autopistas se congestionan fácilmente y los peajes son costosos. Los aeropuertos se encuentran entre los más caros del mundo. Prácticamente todo el transporte de pasajeros se realiza por ferrocarril, mientras que el transporte de carga es por carretera o barco.

Transporte

- Vial: El principal medio de transporte de cargas en Japón son los camiones. Por carretera se transportó el 54,1% del total de cargas en el año 2011. Según datos de 2010, la red de carreteras japonesas tiene una extensión aproximada de 1.208.000 kilómetros, de los cuales 7.600 km. corresponden a autopistas y 184.000 km. a rutas nacionales y provinciales. El 80% de las rutas están asfaltadas. Durante el año 2010 se registró un total de 79 millones de vehículos patentados.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- **Ferrocarriles:** El territorio japonés se encuentra casi totalmente cubierto por una red ferroviaria que alcanza aproximadamente 27.600 kilómetros de extensión. Las principales ciudades de Japón se encuentran conectadas por trenes modernos de alta velocidad llamados "Shinkansen" ("trenes bala"). Durante el año fiscal 2011, cerca de 22.600 millones de pasajeros y 39.886 millones de toneladas fueron transportados por vía ferroviaria.
- **Puertos:** La mayoría de los bienes importados por Japón llegan al país por vía marítima. Japón cuenta con varios puertos bien equipados y con facilidades de almacenamiento para cargas, siendo los principales puertos los de Tokio, Yokohama, Nagoya, Chiba, Kawasaki, Kobe y Osaka. El transporte marítimo de carga en 2012 creció 0,7% respecto al año anterior. En 2010, la marina mercante japonesa estaba compuesta por 2.746 buques (166.890 toneladas), siendo el 4,5% de los mismos de bandera japonesa y gran parte del restante de banderas de conveniencia. Japón prácticamente no posee vías fluviales de navegación.
- **Aeroportuario:** Japón dispone de una gran número de aeropuertos internacionales, siendo los principales los de Narita (a 60 km. de Tokio) y Kansai (50 km. de Osaka). Según datos del 2011, alrededor de 79 millones de pasajeros y 960 mil toneladas fueron transportados por vía aérea (doméstica). No existen vuelos directos entre Japón y la Argentina pero la conectividad ha mejorado y se amplió notablemente en los últimos años. Se puede viajar vía Europa, Estados Unidos, Medio Oriente y Australia.

Economía

Hasta el impacto de la crisis financiera internacional, Japón había tenido, a partir de febrero de 2002, el período más prolongado de crecimiento de la posguerra, superando en duración al denominado "boom Izanagi" (entre 1965 y 1970) y al período de la "burbuja" (entre 1986 y 1991). Sin embargo, a diferencia de los dos períodos de crecimiento anteriores -con tasas anuales promedio del 10% y 5% respectivamente- el crecimiento real promedio durante la última década fue del 1%. Con tales niveles moderados de expansión, muchos analistas denominan a los últimos diez años una segunda "década perdida".

La crisis financiera originada en los Estados Unidos impactó en la economía japonesa a través de vías particulares. Por un lado, el sector financiero local no tenía mayor exposición a los instrumentos que originaron la crisis, de manera que no existió un vínculo financiero directo. Sin embargo la economía, altamente dependiente de las exportaciones como fuente de crecimiento, fue afectada por la caída de la demanda en los principales mercados, lo que afectó a su vez las ganancias de las corporaciones y en última instancia a la propia demanda interna y el mercado laboral. La combinación de factores de riesgo tanto externos como internos revela, en última instancia, que la economía japonesa nunca terminó de superar completamente la deflación y otros problemas estructurales que siguieron al colapso de la burbuja.

Desde el año 2008, la economía japonesa se enfrenta un parate en su camino hacia la recuperación, debido a la caída del consumo privado, la inversión en planta y equipo y la producción. Esto ocurre además en un contexto de alza del petróleo crudo y los precios de las materias primas y las repercusiones de los problemas de préstamos hipotecarios de alto riesgo que, desde mediados de 2007, ha ensombrecido rápidamente las perspectivas futuras sobre la economía mundial.

PBI por sector de industrias:

- Agricultura, Forestación y Pesca: 1,2%
- Industria manufacturera y construcción: 25,2%
- Servicios y comercio: 73,6%

Japón ha tenido tradicionalmente un fuerte superávit de balanza de cuenta corriente, derivado fundamentalmente de su balanza comercial superavitaria.

Dentro del contexto de la crisis económica global, las exportaciones totales de Japón descendieron en 2009 26% con respecto al año anterior. Las importaciones, por su parte, se redujeron 28%.

En 2010 el comercio exterior japonés se recuperó y siguió creciendo. Sin embargo, en 2011 el creciente peso de las importaciones de energía y la menor dinámica de crecimiento de las exportaciones (como consecuencia de

la fortaleza del yen y la crisis global) llevaron al primer déficit de balanza comercial en dos décadas.

El regreso al poder del Primer Ministro Shinzo Abe en diciembre de 2012 y el lanzamiento de la estrategia conocida como Abenomics parecería haber revertido esta tendencia. La Abenomics se basa en tres pilares que son las herramientas para terminar con la deflación y el estancamiento económico. El primero es una política monetaria expansiva y la instauración de una meta anual de inflación del 2%. Para esto el Banco de Japón (BoJ) decidió duplicar la base monetaria en un período máximo de dos años. El segundo pilar es la política fiscal flexible, que se vió plasmada en presupuestos extraordinarios con énfasis en políticas conectadas con la revitalización de la economía, la seguridad humana y las tareas de reconstrucción de las zonas afectadas por el terremoto de 2011. El tercer pilar es la estrategia de crecimiento, que promueve la inversión privada y la atracción de inversión externa. Los críticos resaltan que hasta ahora el tercer pilar es el menos desarrollado, cuando de hecho es el más necesario para devolver a la economía japonesa a la senda de crecimiento sostenido.

La mayor parte de las exportaciones japonesas corresponden a manufacturas de origen industrial. Los automotores para pasajeros, buses y camiones, autopartes y embarcaciones componen el principal sector de exportación. Dentro de los productos eléctricos y electrónicos se destacan los dispositivos semiconductores, circuitos integrados electrónicos y aparatos de video. El sector de maquinarias generales corresponde básicamente a máquinas de trabajo; generadores, motores y bombas; y máquinas para el procesamiento automático de datos.

Intercambio comercial bilateral

Por el alto grado de complementariedad de ambas economías, existe una gran oportunidad para incrementar el intercambio comercial entre Japón y la Argentina, que actualmente se encuentra muy lejos de su potencial. Este hecho se debe a una serie de factores tales como: distancia, idiosincrasia, desconocimiento mutuo y problemas puntuales de acceso a mercados. Es así que existe un significativo margen para que el actual flujo comercial con

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Japón crezca al punto de reflejar tanto la importancia del mercado nipón como los históricos lazos de amistad y de cooperación que existen entre ambos países.

Según fuente estadística argentina, durante 2013 Japón fue el 45° socio comercial, tanto como destino de nuestras exportaciones cuanto como origen de importaciones. La participación de Japón en el total exportado por Argentina fue de un 0,2%.

Al analizar el total de las exportaciones argentinas a Japón, surge que las mismas se encuentran altamente concentradas. En el año 2013, los primeros 5 productos de mayor monto (cereales, mineral de cobre, aluminio en bruto, productos marinos) representaron el 70% del total. En consecuencia, las variaciones que puedan experimentar algunos de estos productos impactan significativamente en el monto total de las exportaciones argentinas a este mercado.

En el restante 30% se encuentra una gran diversidad de productos, muchos de ellos no tradicionales y con valor agregado, elaborados por empresas Pymes. Las acciones de promoción que lleva adelante la Embajada de la República Argentina en Japón están focalizadas en este segmento, así como en nichos de mercado con potencial para el incremento de nuestras exportaciones.

Contrariamente, en 2013 los primeros 5 productos importados desde Japón fueron manufacturas industriales (principalmente autopartes y vehículos) y representaron el 48,2% del total de las compras argentinas desde este socio.

Importación

Los aranceles –que pueden ser ad valorem (el 90% de los artículos imposables), específicos (el 2%) o mixtos (el 5,3%) – están agrupados en cuatro categorías, a saber:

- Arancel general – aplicable a importaciones provenientes de países no miembros del GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) y que no mantienen acuerdos comerciales con Japón.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- Tarifa OMC – casi siempre más baja que la general, esta tarifa se aplica a países miembros de la OMC o a quienes mantienen acuerdos comerciales con Japón.
- Tarifa EPA – se trata de los aranceles fijados en los Acuerdos de Asociación Económica que ha firmado Japón.
- Arancel preferencial (SGP) – se aplica a países en desarrollo en el marco del Sistema General de Preferencias acordado en la UNCTAD. Se limita generalmente a una cuota determinada de importación por producto. Argentina es uno de los países beneficiarios del SGP.
- Arancel temporario – reemplaza los otros aranceles por un período determinado cuando éstos se encuentran en proceso de revisión.

Los documentos exigidos en la aduana japonesa son los documentos habituales de transporte marítimo o aéreo, tales como factura comercial, lista de empaque, conocimiento de embarque firmado y en original (Marítimo B/L, Aéreo). Las cargas aéreas mayores a 100.000 yenes deben incluir una factura comercial. La factura debe ser lo más descriptiva y detallada posible para cada ítem embarcado. La lista de empaque debe incluir los contenidos exactos de cada contenedor, el peso neto y bruto de cada bulto, y todas las medidas del contenedor utilizando el sistema métrico.

Análisis

Se ha decidido analizar a Japón a pesar de la distancia que hay con Argentina, ya que el mismo presenta una oportunidad de ingreso al continente asiático, siendo la misma una gran oportunidad. En Japón, la mayoría del comercio intra país se realiza a través de vía terrestre o marítima, siendo los camiones los principales medio de transporte de la mercadería. Se estima que a través de los camiones se transporta más del 50% de la mercadería. Los bienes importados por Japón ingresan al país a través de los puertos, ya que los aeropuertos se encuentran entre los más costosos del mundo.

Con respecto a la economía de Japón, la misma se encuentra en una etapa de recesión. Lo que se puede observar a través de ella, es que la misma está ligada a la economía de Estados Unidos de manera directa, ya que Estados

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Unidos representa uno de los mayores comerciales de Japón, y la economía del país asiático es muy dependiente de las exportaciones, por lo cual, una caída en la economía del país americano, repercute de manera directa y negativa en Japón. Al mismo tiempo, si analizamos como está compuesto el PBI de acuerdo a las industrias, se puede observar que la agricultura representa apenas el 1% del mismo. La importancia de Japón en las exportaciones de Argentina es del 0,1% de lo total exportado por nuestro país.

Chile⁵⁰

Chile es una República unitaria, y su sistema de Gobierno es la democracia presidencial.

A partir de la década de 1990, se observan grandes avances, acompañando el nivel de crecimiento de la economía: el país se ha beneficiado de cambios trascendentales en los niveles de cantidad y calidad de la infraestructura. Desde entonces, se ha llevado a cabo a una activa política de inversión en materia de infraestructura que, además de la inversión sectorial con fondos públicos, incorporó la inversión del sector privado en infraestructura pública a través del mecanismo de las concesiones. Esta política permitió que la inversión aumentara en más de 5 veces entre 1990 y 2002. Actualmente, Chile cuenta con rutas, puertos y aeropuertos modernos, y una infraestructura en telecomunicaciones muy desarrollada.

Transporte

- Vial: Chile posee un sistema de carreteras con una ruta troncal, la Panamericana (Ruta 5), y un sistema de autopistas transversales. Debido a la geografía chilena, muchas de estas rutas cruzan montañas a través de túneles. El sistema de transporte terrestre está manejado a través de concesiones privadas, con el pago de peaje.
- Aeroportuario: La inversión total en la década pasada en aeropuertos de carácter Internacional en Iquique, Puerto Montt, La Serena, Calama, Concepción y el Aeropuerto Internacional de Santiago significó un aumento

50

<http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/mercado/material/83Gu%C3%ADa%20de%20Negocios%20014.pdf>. Recuperado el Jueves 11 de Febrero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

del 16.350% respecto a la década 80-89 durante la cual se construyeron 480 metros cuadrados de nuevos terminales. El principal Aeropuerto, Arturo Merino Benitez (Santiago), fue ampliado en los últimos años, y posee las comodidades de los aeropuertos más modernos del mundo. Los aeropuertos que siguen en importancia son: Carriel Sur (Concepción), Diego Aracena (Iquique), Carlos Ibañez (Pta. Arenas), Cerro Moreno (Antofagasta) y El Tepual (Pto. Montt).

- Puertos: Chile dispone actualmente de 11 puertos estatales y 25 puertos privados. El Programa de Grandes Puertos proporcionó autonomía a la gestión portuaria, integrando a la vez al sector privado en las nuevas inversiones. Las obras más significativas en la década del 2000, fueron los mejoramientos de los puertos de Valparaíso y San Antonio en la V Región, la ampliación del puerto de San Vicente en la VIII Región y el nuevo puerto de Punta Arenas en la XII Región. Los principales puertos (de norte a sur), son: Arica, Iquique, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, San Antonio, Talcahuano, Puerto Montt, Chacabuco, Punta Arenas y Puerto Williams.

- Ferrocarriles: la infraestructura de ferrocarriles es la menos desarrollada de las diferentes modalidades de transporte. El sistema estatal de ferrocarriles (EFE) posee servicios desde Santiago hacia el sur del país, recorriendo ciudades como Rancagua, Talca, Chillán, Concepción y su última estación, Temuco. También existe un sistema de Metrotren, que viaja desde Santiago hacia Rancagua, haciendo paradas en la mayoría de los pueblos interiores. Asimismo, existe un tren en el norte de Chile que une Arica con La Paz (Bolivia) y un trasandino en el norte, que une Antofagasta con Salta, aunque actualmente su servicio está interrumpido. Actualmente, se avanza en proyectos de integración con Argentina, a través del Tren Trasandino Central.

Economía

La economía chilena es una de las más estables y sólidas de la región. Esta economía crece casi ininterrumpidamente desde la severa recesión de 1982 y 1983, cuando se reestructuró con énfasis en el fomento y diversificación de las exportaciones y la promoción de las inversiones extranjeras como centros dinamizadores de la economía, a través de una política de apertura unilateral.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Los éxitos de la aplicación de este modelo en el caso chileno fueron evidentes en términos macroeconómicos. Además de la tasa de crecimiento de Producto Bruto y la expansión y diversificación de las exportaciones, los restantes indicadores económicos dieron muestra de la solidez de los fundamentos de la economía trasandina. Entre ellos, el nivel de inflación, la tasa de desempleo, las reservas internacionales y el porcentaje de la deuda externa con relación al PIB. La sociedad chilena también ha sido exitosa en la reducción de la pobreza, aunque persiste una desigual distribución de la riqueza.

El Comercio Exterior es esencial para Chile y su economía, por lo que cualquier política que se lleve adelante tiene como uno de los principales objetivos facilitar la operatoria comercial y perfilar al país como un “global trader”. En efecto, un país con un mercado interno reducido como el chileno requiere de una participación activa en el comercio internacional para mantener de forma sostenida sus tasas de crecimiento, niveles de empleo, innovación tecnológica y eficacia en la asignación de los recursos. La inserción internacional chilena se basa, entonces, en la apertura comercial a través de la negociación de Acuerdos de Libre Comercio y, al mismo tiempo, una activa participación en los organismos multilaterales, como la OMC. El motor de la economía, en los últimos veinte años, han sido las exportaciones, a través de desarrollos integrales de algunos rubros definidos, desde el productor hasta la cadena de comercialización exterior, como el salmón o los vinos.

Las exportaciones chilenas, para el año 2014, alcanzaron US\$ 76.648 millones, un 0,05 % menos que el año 2013.

Predominan las exportaciones de cobre en las ventas externas del país, cuyos montos descendieron a US\$ 42.723 millones, un % 5 menos respecto de lo registrado en igual período del año 2013. Sin perjuicio de ello, los productos de la minería representaron el 54% de las exportaciones totales del país, totalizando embarque por U\$S 41.918 millones. Asimismo para destacar, las exportaciones no mineras de Chile registraron un aumento del 8 % respecto del año 2013, alcanzando US\$ 34.370 millones.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Por otra parte, las importaciones totalizaron US\$ 72.347 millones en el año 2014, registrando una caída del 9% respecto al año 2013.

Lideran los bienes de capital que experimentaron un descenso del 20%. Los bienes de consumo también contribuyeron con internaciones que alcanzaron los US\$ 20.128 millones, registrando una baja del 7%. Mientras, los bienes intermedios registraron un decrecimiento del 3%, resultado que se vio afectado por las importaciones de petróleo que sufrieron una contracción del 6%, derivada de la caída en 7,6% en el volumen de las internaciones de crudo en 2014 respecto del año anterior.

El superávit comercial de Chile durante el año 2014 alcanzó los US\$ 4.301 millones, situándose una gran mejora respecto de las cifras alcanzadas el año anterior, donde existió un déficit comercial de US\$ 1 millón.

Intercambio comercial bilateral

Chile es uno de los principales socios de la Argentina. La relación bilateral en lo comercial y económico se caracteriza por ser dinámica, expansiva y superavitaria para nuestro país.

Para el período 2014, las exportaciones argentinas a Chile alcanzaron alrededor de los 3.740 millones de dólares, destacándose la exportación de tortas y demás residuos de la extracción del aceite de soja, molidos o en maíz, mezclas de aceites refinados y vegetales, alimentos para animales, carne bovina, grasas y aceites animales, sorgo y maíz en grano.

Chile es el cuarto destino de nuestras exportaciones.

En cuanto a las importaciones de Chile, estas contrajeron para el año 2014 un 9 %, destacando el rol de los bienes intermedios que representan el 69% del total internado desde Argentina, por un total de US\$ 845 millones y una reducción del 28 %. Dentro de los bienes intermedios destaca la importación de petróleo que cayó un 63 %, totalizando US\$ 220 millones. La compra de bienes de consumo se contrajo un 6%, mientras la importación de bienes de capital disminuyó un 5 %. Argentina ha aumentado su nivel de influencia como país de origen de los productos importados, desde un 5.8% a un 6.7%. Las importaciones totales cayeron un 7 % en el año 2014. En cuanto las

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

exportaciones chilenas a Argentina, las mismas alcanzaron los 1.112 millones de dólares contrayéndose en comparación con el período anterior, destacándose los cátodos y secciones de cátodos de cobre refinado, las cajas de cambio para vehículos automóviles, artículos para molinos de hierro y acero, los salmones, el papel prensa, la pasta química de madera, el papel cartón y los vinos.

El 88% de los envíos a Argentina corresponden a productos no mineros ni celulosa. Un 24% de las exportaciones totales correspondió a productos químicos, a continuación, también con una participación del 24%, se ubican los productos metálicos, maquinaria y equipos. También destacan los envíos de alimentos procesados (sin salmón) con una contracción de 8%, representando el 7% de las exportaciones totales.

Chile ocupa el 8vo lugar como origen de nuestras importaciones.

Argentina mantiene un superávit comercial de 1.674 millones (en un intercambio comercial bilateral de 5.806 millones).

El sistema de acuerdos comerciales de Chile implica un arancel real efectivo sustancialmente menor al 6%. De hecho, el arancel efectivo de Chile cerró el año 2007 con un valor de 1,4%, ya que con los principales socios comerciales mantiene extensas listas de productos con desgravaciones. En el caso particular de Argentina, a través del Acuerdo Chile-MERCOSUR (ACE 35), el arancel efectivo de importación es del 0,4%.

La desgravación de excepciones se trata en su mayoría de productos agropecuarios. En general, comenzaron su desgravación a partir de 2006 (décimo año de vigencia del Acuerdo), concluyendo en el año 15 (2011), a excepción del trigo y la harina de trigo, que tienen arancel cero desde el 1ro de enero de 2014. Cabe señalar, además, que se encuentra pendiente la negociación del cronograma de desgravación para esos dos productos.

Impuestos internos

Con relación a los impuestos internos, el IVA es de 19 % (fijado a partir del 1º de octubre 2003) y se recauda en Aduana.

CIP + Derechos + 19 % (IVA)

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

El IVA se aplica a todos los productos

Importación

No existe un régimen de licencias de importación en Chile. De conformidad con la Ley Orgánica Constitucional del Banco Central, el sistema de importación de Chile se basa en el principio de que todas las mercancías pueden importarse libremente y cualquiera puede participar libremente en transacciones comerciales internacionales.

Si bien no se requieren licencias, la importación de determinados productos está sujeta a formalidades administrativas. No se hacen diferencias entre los interlocutores comerciales y no hay ninguna excepción en el marco de los acuerdos de comercio preferencial de Chile.

Las normas y reglamentos técnicos de Chile no distinguen entre mercancías nacionales y extranjeras. Las normas y reglamentos técnicos de Chile se aplican igualmente en sus zonas francas.

Los documentos que debe presentar el importador son:

- Factura comercial
- Conocimiento de Embarque (lo provee el transportista internacional)
- Informe de importación (antes de embarque, para mercancías cuyos embarques excedan U\$S 3.000 FOB). El mencionado Informe se considerará aprobado cuando el Servicio Nacional de Aduanas de la numeración y fecha. Desde esta fecha el importador contará con 120 días para proceder al embarque de la operación.
- DD.JJ. de antecedentes financieros.
- Póliza de seguros (en caso de no asegurar la mercadería la Aduana toma un valor de aforo equivalente al 2% del valor FCA de la mercadería para la determinación del derecho aduanero).
- DD.JJ. de Almacén Particular o Admisión Temporal (si la mercadería no se interna temporaria o definitivamente en territorio chileno).
- Certificado de Origen (para poder beneficiarse de la preferencia arancelaria).

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- Certificado Fitosanitario (para productos vegetales o animales).

Por operaciones mayores a los 1000 U\$S debe intervenir un agente aduanero (Despachante de aduanas). Este cobra entre 0,5 y 0,7 % del valor de la mercadería (80 U\$S para pequeñas operaciones). Normalmente, la mercadería sale de Aduana en 24 horas.

Análisis

Actualmente Chile, está implementando una política de desarrollo de infraestructura para acompañar el crecimiento económico por el cual está transitando. Dichas políticas de desarrollo de infraestructura se traducen en el desarrollo de puertos y aeropuertos. El país ya cuenta con una estructura vial que recorre de un extremo al otro el país, siendo este medio el más utilizado para el transporte de carga debido a su bajo costo, por lo cual las políticas hacia este medio es el de mejorar su eficacia. Con respecto al ferrocarril, no se han hechos muchas inversiones en él, dejando de operar algunas zonas del mismo. Se está trabajando en el desarrollo de un ferrocarril que una Chile y Argentina, pero el mismo se encuentra en la etapa de pre-ejecución sin una fecha estimada de finalización. El desarrollo de dicho ferrocarril facilitara el comercio entre ambos países y está destinado a que el comercio bilateral aumente. Es de vital importancia el proyecto, debido a la importancia comercial que presentan ambos países.

En lo referente al ámbito económico, Chile se ve altamente impactado por las crisis mundiales, debido principalmente a su apertura económica, y la relevancia que tiene el comercio exterior en el PBI, siendo este su principal fuente de ingreso. Es también por ello, que están implementando las políticas de desarrollo de infraestructura. Con respecto a la relación que el país presenta con Argentina, es favorable para el caso del último, ya que Chile presenta uno de los mayores socios comerciales, siendo el cuarto destino de las exportaciones.

Venezuela⁵¹

Venezuela está situada en el continente americano. Sus límites geográficos son: Mar Caribe (norte), Colombia y Brasil (sur), Guyana (este) y Colombia (oeste), además su Mar Patrimonial le hace otorga fronteras con los mares territoriales de la República Dominicana, las Antillas Neerlandesas, Puerto Rico, las Islas Vírgenes Británicas y Estadounidenses, Martinica, Guadalupe y Trinidad y Tobago.

El gobierno de la República Bolivariana de Venezuela y de las entidades políticas que la componen es y será siempre democrático, participativo, electivo, descentralizado, alternativo, responsable, pluralista y de mandatos revocables.

Transporte

- **Aéreo:** Actualmente, existen en el país más de 60 aeropuertos y pistas de aterrizaje, entre ellos 11 aeropuertos internacionales. Los principales aeropuertos son: Aeropuerto Internacional Simón Bolívar (Maiquetía), el Aeropuerto General José Antonio Sucre (Anzoátegui), Aeropuerto Internacional La Chinita (Maracaibo), Aeropuerto Arturo Michelena (Valencia), Aeropuerto Alberto Carnevali (Mérida), Aeropuerto Internacional General Santiago Mariño (Nueva Esparta).
- **Terrestre:** Las ciudades más importantes de Venezuela se encuentran conectadas mediante una amplia red de carreteras que comprende más de 86.000 Km. de los cuales 30.000 Km. están pavimentados. Las autopistas y carreteras que cubren el territorio nacional son las arterias viales más utilizadas por los conductores para trasladarse dentro y fuera de la capital. En la ciudad de Caracas la autopista más transitada es la Francisco Fajardo, la cual atraviesa toda la ciudad de este a oeste.
- **Ferrocarril:** Actualmente se hallan alrededor de 820 Km. de vías férreas en la nación, se encuentra en la región Central y Capital del país, uniendo al Distrito Capital y los estados de Miranda, Aragua y Carabobo. No obstante, existe un Plan Ferroviario Nacional que contempla una red de

⁵¹ http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/mercado/material/89Guia%20de%20Negocios_2014.pdf
Recuperado Jueves 23 de Octubre 2014. Recuperado el Sabado 13 de Febrero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

aproximadamente 8000 Km, para ser desarrollada durante 20 años, conformada por varios sistemas que corresponden a actividades económicas, políticas y sociales, tomando en cuenta planes y necesidades del país. Por otra parte, vale destacar, la importancia que tiene para las principales ciudades del país la presencia del Sistema Metro como medio de transporte masivo, rápido y seguro.

- Marítimo: Venezuela posee 860.000 Km² de superficie marítima navegable, representada por el mar Caribe, el océano atlántico. Los puertos más importantes son:

- Puerto Cabello (estado Carabobo): es el puerto más importante y de mayor valor económico del país, debido a su gran actividad de importación de materias primas para el sector industrial venezolano, que normalmente se trasladan hacia la ciudad de Valencia (capital del estado Carabobo) y otras regiones del país.
- Puerto de La Guaira (estado Vargas): ubicado a 30km de la ciudad de Caracas es considerado como la puerta de Venezuela por su conexión directa con el océano Atlántico.
- Puerto de Maracaibo (estado Zulia): se encarga de transferir, cargar, descargar y realizar servicios a buques o a las carga de los mismos. Permite la entrada de buques de hasta 36,0 pies de calado, su ubicación facilita el acceso a los mercados de los países andinos, caribeños, océano Atlántico, Canal de Panamá, Sur de los Estados Unidos y Centroamérica.
- Otros puertos de importancia: Puerto Pesquero Internacional de Guiria, Puerto Internacional El Guamache y Puerto de Anzoátegui. Puerto Ordaz, Puerto de Guanta.

Economía

Durante el año 2014 la economía venezolana registró un decrecimiento de 4% del PIB lo que representa la sexta caída consecutiva del mismo habiendo arrancando está en el 2009.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

El precio del petróleo venezolano promedió en el año 2014, 88,42 dólares por barril, frente a los 99,87 dólares que registró en 2008, lo que afectó a la economía nacional, que obtiene de las exportaciones petroleras el 90% de sus ingresos en divisas.

No obstante, las políticas socioeconómicas empleadas por el gobierno nacional para garantizar el desarrollo humano integral y mantener el nivel de actividad productiva y empleo, han permitido enfrentar los embates de la crisis financiera global. La política financiera nacional continúa favoreciendo el direccionamiento del crédito público a sectores estratégicos, especialmente al sector agrario e industrial.

Ante la crisis que ha afectado al comercio mundial, los retos de integración regional han adquirido mayor relevancia. Venezuela persiste en el diseño de una política exterior orientada a la diversificación y mantiene las iniciativas que tienden a fortalecer la alianza con países de Suramérica, Centroamérica y el Caribe, tanto en la esfera real de la economía como en la financiera, al fundamentarse en la propuesta de integración para alcanzar la constitución de un bloque con mayor poder de negociación en la economía mundial.

Finalmente, vale destacar entre las medidas económicas anunciadas para el año 2010 como parte de la política de acabar con el modelo rentístico petrolero, teniendo como objetivos reimpulsar la economía productiva ante la amenaza de la crisis financiera, estimular la política exportadora, así como la producción para la exportación y sustituir importaciones, el Ejecutivo Nacional mediante Convenio Cambiario N° 14, publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.342, de fecha 08 de enero de 2010 modificó la política en el marco del Control de Cambio, que regía en el país desde el año 2003.

A partir de 2004, las importaciones venezolanas han presentado un incremento significativo con una variación porcentual (2004-2009) de 173,37%, sin embargo durante los años 2008-2010 han presentado una disminución, registrando el año 2008 U\$S 45.128, año 2009 U\$S 36.907 y año 2010 (enero-octubre) U\$S 25.675.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

En la actualidad, la contracción registrada en las importaciones de bienes, al cierre del trimestre, estuvo influenciada por la baja de 12,3% en las compras del sector privado, ya que las del sector público mostraron una variación positiva de 16,5%, apuntaladas por las no petroleras, en particular de alimentos; sustancias y productos químicos; y productos elaborados de metal, que representan el 55% de las compras públicas, en tanto que se observaron descensos en las petroleras, en las categorías sustancias químicas básicas, gasóleos, destilados y lubricantes.

Los principales sectores económicos importadores durante el periodo de 2014 con mayor participación estuvo representado por: máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes, aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imágenes y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos (24,10%), productos de las industrias químicas o de las industrias conexas (17,60%), productos de la industria agrícola vegetal y animal (13,80%), metales comunes y manufacturas de estos metales (10,40%), productos de las industrias alimentarias; bebidas; líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados (9,10%)

En cuanto a los principales países de origen de las importaciones venezolanas, se observa que Estados Unidos ocupa el primer lugar al abarcar el 24,20% de participación promedio durante el 2014, seguido de China (14,50%), Brasil (10,07%), Colombia (5,50%), entre otros.

Al analizar las importaciones por secciones arancelarias para el periodo de enero - octubre de 2014, destacan las importaciones de "Material Eléctrico", con 7.663 millones de US\$; una participación de 24,1%, en segundo lugar las importaciones de la sección de "Productos Químicos" con una participación de 17,6% y un valor 5.602 millones de US\$, en tercer lugar se ubica la sección "Agricultura Vegetal y Animal" con un monto de 4.399 millones de US\$, lo que representa un 13,8% del total. La sección "Metales Comunes" alcanzó 3.301 millones de US\$ con una participación de 10,4%

Estados Unidos con una participación del 25,20% fue el principal destino de exportación durante el 2014, seguido de Suiza con 13,10%, Brasil con el

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

9,80% y Colombia con una participación de 9,30%. Otros países con una menor participación son: , Holanda (8,20%), China (6,20%), Curazao (4,60%), Bélgica (2,80%), Francia (2,10%), Trinidad y Tobago (1,90%), Chile (1,50%), Reino Unido (1,30%), India (1,30%), Emiratos Árabes Unidos (1,20%) y México con (1,20%), El resto de los países agrupan el 10,40% y tienen una participación individual inferior al 1%. Al comparar las exportaciones no petroleras de 2014, hacia los principales destinos, con las realizadas durante el 2013, se observa una variación significativa en las exportaciones hacia Suiza motivado principalmente a la exportación definitiva de los demás oro en bruto semilabrado o en polvo, hacia la India una exportación definitiva de minerales de hierro y sus concentrados sin aglomerar, hacia Emiratos Árabes Unidos con una exportación definitiva las demás excavadoras. Entre los principales destinos con exportaciones se encuentra Estados Unidos con 648 millones de US\$ aumentó 58,8%, Suiza con 336 millones de US\$, aumentó 6,501.8%, y Brasil con 251 millones US\$ aumento 85,4%.

Las ventas de productos químicos, presentan la mayor participación con 1,016 Millones de US\$ del total de exportaciones no petroleras para el periodo entre Enero y Octubre de 2014, con 39,5% y un aumento de 28,7% respecto del mismo periodo en el año 2013; en segundo lugar está la venta de productos minerales, con 577 Millones de US\$, tuvo una participación de 22,4% y un aumento de 132,2%; la sección metales comunes con 227 millones de US\$ tuvo una participación del 8,8% y una disminución de (41,4%) en comparación con las ventas del mismo periodo para el 2013.

Intercambio comercial bilateral

Las exportaciones argentinas durante los últimos 10 años a Venezuela han incrementado a un ritmo acelerado pasando de 217 millones de dólares en el 2000 a 1041 millones de dólares en el 2009, para el año 2010 en el periodo comprendido enero-octubre las exportaciones argentinas superan las exportaciones del año 2009 en un periodo completo de 12 meses.

Las exportaciones del 2014, presentaron una baja de 10,34% en comparación al año 2013. Del año 2006 al 2014 se presenta una variación de 238,8% en las exportaciones argentinas hacia Venezuela.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

La relación bilateral ofrece posibilidades de mayor crecimiento en ambos sentidos. La participación de Argentina en las importaciones Venezolanas es aún muy baja (menos del 4,90% en el 2014), y viceversa. Se espera que esto se revierta gracias a la incorporación de Venezuela al MERCOSUR.

Las exportaciones venezolanas a la Argentina han sido durante la primera década del 2000 muy variantes. Se registra para el año 2013 la mayor cifra en comparación a los años anteriores. Indicando un 46 % de aumento con respecto al año 2012, luego de este año, las exportaciones venezolanas han ido disminuyendo hasta llegar a 2,2 millones de dólares, siendo este uno de los datos más bajos que se ha presentado en los últimos diez años.

El principal sector de exportación, es alimentos con una tendencia creciente. En el año 2014 representó el 89,47%, más atrás en 2do lugar nos encontramos con la salud en lo que se refiere a medicamentos con solamente un 3,26%.

El ranking de los 12 principales productos exportados en el 2014 son mayormente del rubro alimenticio, ocupando el primer lugar la leche entera en polvo con 225.592.301, siguiéndole el aceite de Soja en bruto con 176.021.974, luego el maíz en grano con 111.480.176. Luego, en otros rubros, encontramos el rubro de salud con medicamentos, en primer lugar, medicamentos compuestos de heterocíclicos

Acuerdos internacionales

ALADI – Asociación de Latinoamericana de Integración

Es el mayor grupo latinoamericano de integración. Sus doce países miembros comprenden a Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

El 25 de Agosto de 1982 se firmó el Convenio de Pagos, por los Bancos Centrales de Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela y de la República Dominicana.

Al amparo del Convenio de Pagos y Créditos Recíprocos se cursan y compensan, durante períodos de cuatro meses, los pagos internacionales derivados de operaciones de comercio de los países de los bancos centrales

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

miembros, de bienes originarios y de servicios efectuados por personas residentes (comprendidos en acuerdos que celebren pares o grupos de bancos centrales), de modo que al final de cada cuatrimestre (período de compensación) sólo se transfiere o se recibe, según resulte deficitario o superavitario, el saldo global del banco central de cada país con el resto.

El Convenio de Pagos fue concebido, en su origen, con la finalidad de iniciar "una formal cooperación multilateral entre los bancos (centrales) de la región para llegar en etapas sucesivas a la integración financiera y monetaria mediante la formación de organismos financieros que establezcan una cooperación más avanzada".

Para ello, se establecieron como objetivos básicos del Convenio: estimular las relaciones financieras entre los países de la región, facilitar la expansión de su comercio recíproco y sistematizar las consultas mutuas en materias monetarias, cambiarias y de pagos.

Acuerdo CAN – MERCOSUR

Fija un programa de desgravación arancelaria para alcanzar una zona de libre comercio en 15 años, entre las partes contratantes, mediante la expansión y diversificación del intercambio comercial y la eliminación de las restricciones arancelarias y las no arancelarias que afecten al comercio recíproco

MERCOSUR

Con la puesta vigencia del Protocolo de adhesión de Venezuela al MERCOSUR se acelerarían los tiempos del proceso de desgravación arancelaria prevista en el ACE 59 de ALADI. En cuanto al comercio argentino con Venezuela, se estima que con el ingreso pleno de Venezuela al bloque regional se verá ampliamente incrementado.

Análisis

En lo referente a infraestructura, la misma en la actualidad no se encuentra muy desarrollada, ya que en materia de rutas, las grandes ciudades están conectadas pero solamente el 34% de dichas rutas se encuentra pavimentado. En cuanto a ferrocarriles, en la actualidad se cuenta nomas con 820 kilómetros, aunque hay un proyecto por llevar a cabo un desarrollo de

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

una red ferroviaria que abarca 86000 kilómetros, teniendo en cuenta las necesidades del país. En cuanto al transporte marítimo es el que más desarrollado se encuentra, debido principalmente a la extensa superficie navegable con la que cuenta Venezuela.

Actualmente el gobierno de Venezuela está aplicando una política, por la cual el comercio internacional se ve altamente afectado. Las políticas que está implementando el gobierno venezolano, es de alejarse de Estados Unidos, quien fue su principal socio por muchos años. El fruto de esa relación duradera, es que gran parte del parque automotor sea de capitales norteamericanos, con lo cual, las políticas contrarias que adopta el gobierno frente a Estados Unidos, no hacen más que afectar a la industria nacional. El comercio exterior de Venezuela, se centra principalmente en la exportación de petróleo, y en materias primas con poco valor agregado. En los últimos años, el comercio entre Venezuela y Argentina, ha experimentado un crecimiento debido al compañerismo que existe entre ambos gobiernos, que luego de la elección de nuevo gobierno en nuestras tierras en 2015 puede llegar a verse estancado este fenómeno y a la reciente incorporación de Venezuela al Mercosur.

Colombia⁵²

Colombia se encuentra en el noroeste de América del Sur. Tiene fronteras con Venezuela, Panamá, Brasil, Perú y Ecuador. En las últimas décadas se ha visto sometido a profundas reformas de tipo estructural, especialmente en el campo económico. Del status de país exportador de productos primarios que ostentaba en los años 50', Colombia ha ido ganando competitividad con relación a otros países en desarrollo.

Colombia es una República Constitucional Unitaria, Representativa, Pluralista y Descentralizada que se rige por la constitución promulgada en 1991. El poder público se divide en tres ramas: Legislativo, Ejecutivo y Judicial.

⁵² <http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/mercado/material/Guia%20ECOLO%202014.pdf>
Recuperado el Lunes 15 de Febrero de 2016

Transporte

- Terrestre: La red terrestre colombiana alcanza los 164.476 km. incluyendo carreteras principales y secundarias de acceso y vías alternativas en construcción. La red vial es de baja densidad, incluso en lo que se refiere a cantidad de usuarios, si se compara con estados de desarrollo similar. El número de vehículos en Colombia fue estimado, en el 2003, en 3.363.624, de los cuales 55% son automóviles; 14% camiones; 25% motocicletas; y 6% autobuses.

El sistema está constituido por la Red Primaria (Grandes Troncales, a cargo de la Nación), Red Secundaria (A cargo de Departamentos y municipios) y Red Terciaria (constituida por carreteras terciarias o caminos vecinales, que son aquellos de penetración que comunican una cabecera municipal o población con una o varias veredas, o aquella que une varias veredas entre sí).

- Ferrocarril: El país cuenta con 3.468 km. de vías férreas, de los cuales solamente 1.969 Km. están en uso. En general, el tendido ferroviario presenta problemas de conservación. Por ejemplo, la velocidad media es sumamente baja, alrededor de 10 Km. /hora. Teniendo en consideración los problemas operacionales, este medio de transporte ha perdido participación en la movilización de carga nacional. El carbón es el producto que mayormente demanda la utilización de este servicio, movilizándolo un total de casi 43 millones de toneladas/año, seguido del cemento, con un volumen de carga de 20 millones de toneladas/año. Aunque no existen estadísticas, se sabe que el movimiento de pasajeros que utilizan este medio es marginal.

Hoy en día el transporte ferroviario no es igual de popular en Colombia como en muchos otros países. Hay algunos ferrocarriles privados a servicio de las minas de carbón del Cerrejón, Colombia posee una distancia entre rieles muy corta respecto a los estándares internacionales. Esto ha impedido un importante desarrollo del sistema férreo ya que el ancho entre rieles no ha permitido desarrollar trenes rápidos en la geografía montañosa del centro de Colombia.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- Marítimo: Colombia cuenta con 24.437 Km de ríos, de los cuales solamente 6.175 son navegables, de forma permanente, por embarcaciones mayores.

El país está dividido en cuatro cuencas hidrográficas: Magdalena, Atrato, Orinoco y Amazonas. A través de ellas fueron transportadas, en el año 2003, 3,7 millones de toneladas de carga general, y 8,3 millones de personas.

Colombia cuenta con una ubicación territorial privilegiada, esto debido a que está situada en un punto estratégico de actividad marítima, en primera instancia por su cercanía al Canal de Panamá y en segunda porque tiene la conexión fluvial con el Océano Atlántico y con el Pacífico. Actualmente, cuenta con diez puertos marítimos, ocho de ellos en la Costa Atlántica y dos en la Costa Pacífica. De los diez existentes se consideran a tres como puertos principales. El de Santa Marta, por estar ubicado en una región de pocas lluvias y vientos a lo largo del año, es el preferido para las importaciones de granos y equipamiento sensible a las condiciones climáticas.

El actual sistema portuario comprende 122 instalaciones, de las cuales 5 corresponden a Sociedades Portuarias Regionales, 9 a Sociedades Portuarias de Servicio Público, 7 a Sociedades Portuarias Privadas de Servicio Privado, 44 a Muelles Homologados, 10 a embarcaderos o muelles de cabotaje para naves menores y 47 a otras facilidades portuarias. Las exportaciones no tradicionales focalizan especialmente su movimiento por las Sociedades Portuarias Regionales: Barranquilla, Tumaco, Cartagena, Buenaventura y Santa Marta.

En general, la oferta de transporte marítimo es insuficiente, siendo algunas veces necesario optar por rutas alternativas más largas y onerosas, como la del puerto de Buenaventura. Cuando los barcos son fletados, el puerto preferido es el de Cartagena, donde los fletes son más baratos, a pesar de las dificultades con el cumplimiento de los plazos.

Colombia no cuenta con una flota mercante nacional para el transporte de sus productos. El mecanismo con el que opera es el de charters, que son contratados con cargueros de bandera internacional.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

El tráfico portuario colombiano ha aumentado considerablemente. Entre 2002 y 2012 se incrementó en 66% el volumen de toneladas transportadas vía marítima. Teniendo en cuenta esta tendencia, el Gobierno Nacional busca promover el incremento de la capacidad portuaria de 159 millones de toneladas/año en 2008, a 172 millones de toneladas/año en 2010 y a 250 millones de toneladas/año en 2019. Están vigentes las concesiones de los principales puertos propiedad de la nación a 25 años desde el 2013. Adicionalmente, están en ejecución proyectos e inversiones portuarias para tener puertos adecuados para el manejo de diferentes tipos de carga: desde puertos multimodales disponibles para atender carga como frutas, hasta puertos especializados en el manejo de cargas particulares como carbón que cumplen todos los estándares internacionales. Finalmente, existen 54 puertos privados en el país, principalmente en Cartagena, Barranquilla y Turbo, que han facilitado y disminuido los costos logísticos de compañías exportadoras en sectores como cemento, banano, petroquímico y carbón, entre otras.

- **Aéreo:** En mayo del 2004, el volumen de carga movilizada aumentó un 10,3% (4.033 toneladas) en relación con el mismo mes del año anterior. Durante el 2003 fueron transportados 10.780.857 pasajeros (sumando el tráfico nacional e internacional), lo cual representó el 9,68% del transporte de pasajeros. En lo que al transporte de carga se refiere, que consiste especialmente de bienes perecederos y correspondencia, la participación del sector fue del 0,12% para viajes domésticos y de 0,44% para internacionales. Colombia cuenta actualmente con 683 aeropuertos, de los cuales 145 son propiedad del Estado, 408 son privados y 130 son de los departamentos y municipios. El transporte de pasajeros y de carga se concentra en pocos aeropuertos.

Economía

En 2014 la economía colombiana presentó un menor ritmo de crecimiento (4,6%) con relación a lo registrado en 2013 (4,9%). La destacada dinámica económica fue impulsada por sectores como el de la construcción (9,3%), especialmente por las obras civiles, las edificaciones residenciales y la inversión realizada por el Gobierno a los programas de vivienda gratuita, vivienda rural, vivienda para ahorradores y subsidios a la tasa de interés.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Además a nivel sectorial se destaca la dinámica de la construcción, dan en cuenta que la inversión aquí se ha incrementado en un 110%. De igual forma, sectores como la actividad financiera (18,8%) y las actividades de servicios sociales, comunales y personales (16,5%), este último promovido por los gastos del Gobierno, jalonaron positivamente la economía Colombiana.

La confianza de los consumidores y los empresarios sobre el comportamiento de la economía se mantienen estables y son positivos sobre la capacidad de nuestro país para sortear los efectos de la volatilidad económica mundial. También se destaca el comportamiento de la demanda pública, que creció un 4,2%, a pesar de ser el primer año de las administraciones locales y regionales, lo que muestra el compromiso del Gobierno Central con la ejecución del presupuesto como un importante apoyo al crecimiento económico.

El sector de la agricultura, silvicultura, caza y pesca, es uno de los sectores que se ha visto afectado o bien por fenómenos naturales como el del niño, por sequías incesantes o por el desplazamiento forzado desarrollado por las guerrillas. Con la firma del acuerdo de paz entre el Gobierno y las FARC (se estima para el 23 de marzo de 2016) se creará un efecto inmediato positivo en la evolución del sector y consecuentemente en la economía del país, ya que con el fin de este conflicto armado se permitirá la restitución de tierras a las víctimas, se generará empleo, se aumentarán los proyectos de inversión en el agro y se mejorarán las condiciones de vida de los trabajadores del campo y sus familias, dando lugar a la ansiada prosperidad de ese sector

El comercio exterior es muy importante para la economía colombiana, pues participa con US\$ 18,8 mil millones en la formación del PBI del país. Las cifras de comercio exterior a la fecha, dan cuenta que Colombia en los últimos 5 años ha presentado resultados positivos por cuenta del saldo de la balanza comercial.

Las exportaciones llegaron a superar los US\$ 60.000 millones en 2012 al reportar exportaciones por US\$ 60.125 millones e importaciones por un valor de US\$ 61.088 millones en 2014. Impactado por la fuerte caída en el precio

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

del petróleo y la entrada en vigor de varios Tratados de Libre Comercio, en el 2014 la balanza comercial enseña un saldo deficitario de US\$ 6.292 millones.

Tanto como exportador cuanto como importador, Colombia ocupa el sexto lugar entre los países latinoamericanos y del Caribe. La economía colombiana es pequeña en término internacional y moderadamente abierto. Por ello, sus relaciones con el resto del mundo han sido de la mayor importancia para definir sus rasgos estructurales y su dinámica.

Los 22 años del sistema de comercio exterior entregaron un balance muy favorable a Colombia. De acuerdo con los registros del Dane, las exportaciones colombianas pasaron de USD 7.244 millones en 1991 a USD 42.930 millones al cierre de 2014, pasando como record histórico USD 60.125 millones al cierre de 2012, es decir, que llegó a aumentar hasta ocho veces más de lo observado hace dos décadas. Y en el plano de la inversión extranjera, mientras en 1994 ingresaban al país USD 1.446,5 millones, en 2014 la cifra ascendió a USD 16.151 millones, más de once veces en comparación con lo observado en esa primera parte de los 90, según los registros del Banco de la República.

Intercambio comercial bilateral

En el marco de la ALADI, la relación comercial entre Colombia y Argentina está regida por el Acuerdo de Complementación Económica N°59. Este acuerdo permite que los productos argentinos puedan ingresar al mercado colombiano en condiciones preferenciales y viceversa. El comercio entre Colombia y Argentina históricamente ha estado enmarcada por un superávit a favor de Argentina donde se puede observar en el gráfico que en 2011 el superávit argentino fue de US\$ 1.564 millones, en 2012 este valor fue de US\$ 1.724 millones, pero en 2013 inició un periodo de disminución por debajo de los US\$ 1.100 millones y alcanzó los US\$ 1.095 millones, para 2014 se reportó un saldo de US\$ 622 millones.

En 2014, dentro de los principales productos exportados por Argentina hacia Colombia se encuentran cereales, oleaginosas, granos, manufacturas de hierro y acero y los aluminios. Mientras algunos de los principales productos exportados por Colombia hacia nuestro país fueron combustibles, plásticos, productos editoriales, café, algunos productos químicos y los vidrios.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Análisis

Colombia es un país que se caracteriza por ser exportador de productos primarios. La infraestructura del transporte se está desarrollando. En tiempos coloniales, los ríos eran la principal fuente de transporte dentro del país, y si bien en la actualidad siguen siendo de gran importancia, se vio superado por el transporte terrestre. El transporte fluvial es de gran importancia debido a que hay zonas selváticas que no se ha podido desarrollar el transporte vial. En cuanto al ferrocarril, al mismo se lo está desentendiendo, por lo cual presenta problemas de conservación. En la actualidad, solamente el 56% del tendido ferroviario esta en uso. Tanto el tráfico portuario como el aéreo están aumentando, por lo que el gobierno está buscando de desarrollarlo para así poder suplir las necesidades del país.

En cuanto a la economía, Colombia se ve afectada por las crisis mundiales, debido a que la misma golpea a los socios comerciales principales, y por lo tanto a la demanda internacional. El gobierno está desarrollando un conjunto de políticas para así reducir la incertidumbre económica que hay a nivel mundial, y atraer a inversores. En el comercio exterior, si bien Colombia es un país “pequeño” en términos económicos, ocupa el sexto lugar de la región como exportador e importador. La relación con Argentina está regulada bajo el marco del ALADI, lo cual le permite a Argentina ingresar productos a Colombia en condiciones preferenciales, y viceversa.

Ecuador⁵³

Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada. La República del Ecuador se encuentra situada al noroeste de América del Sur. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano Pacífico.

Transporte

53

<http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/mercado/material/GUIA%20COMERCIAL%20ECUADOR%20014%20PROEcuador.pdf>. Recuperado el Martes 16 de Febrero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- **Terrestre:** El sistema vial del Ecuador cuenta con 43.197 km. de carreteras y está integrado por las redes primaria y secundaria (denominada red nacional) y las redes terciaria y vecinal (denominada red provincial). El 13 % de la red vial total está pavimentada y el 57% con superficie de rodadura afirmada, lo que la hace transitable permanentemente. Aproximadamente un 25% de la red vial son caminos de tierra que presentan condiciones precarias, la mayor parte pertenece a caminos terciarios y vecinales. Del total de la red vial nacional, 52,3% la administran los municipios, 27,7% los consejos provinciales y 20% el Gobierno Central.
- **Aéreo:** El país tiene 31 aeropuertos distribuidos en 17 provincias. El 70% cuenta con infraestructura básica como torre de control. Los aeropuertos de Quito y Guayaquil tienen la infraestructura necesaria para operar como aeropuertos internacionales. El aeropuerto de Guayaquil está en concesión del grupo argentino Corporación América, que ha sido además el responsable de su construcción.
- **Marítimo:** El transporte y comercio marítimo internacional se lleva a cabo desde los puertos de Guayaquil, Manta, Esmeraldas y Puerto Bolívar ubicados en la Costa ecuatoriana. La gestión portuaria en Esmeraldas, Guayaquil y Manta se encuentra concesionada o en proceso de concesión a la administración privada. En el puerto de Guayaquil se concentra el comercio de banano, frutas tropicales y otros productos agrícolas, además se realizan importaciones de mercaderías industrializadas de diversa índole. El puerto de Manta, aún si bien también es utilizado para el comercio de bienes y para el turismo, es quizá el puerto pesquero más importante del país. Desde el puerto de Esmeraldas se transporta madera y mercancías provenientes del norte y centro del país; mientras que Puerto Bolívar se especializa en la exportación de banano y la producción pesquera. La actividad portuaria opera bajo competencia del Consejo Nacional de Puertos y las capitanías de Puerto, que dependen de la Armada Nacional y las autoridades portuarias; está regulada por la Ley General de Puertos y la Ley General de Transporte Marítimo y Fluvial.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Economía

Pese a que las principales actividades de la economía ecuatoriana son los servicios y el comercio, la manufactura es el principal sector que compone el PIB, representando el 11,75%, siendo la industria de mayor importancia. En cuanto a otros sectores importantes se encuentran la explotación de minas y canteras, el comercio al por mayor y menor y la actividad industrial.

El Producto Bruto Interno (PBI) per cápita del Ecuador en el año 2011 cerró con 5.226 U\$\$, mientras que para el 2012 fue de 5.638 U\$\$, lo que ha presentado una tendencia creciente, evidenciando una tasa de crecimiento promedio anual a precios corrientes de 9.10% durante el periodo 2008-2013. El Ecuador presenta una estabilidad económica durante los últimos años bajo el régimen monetario de dolarización. El crecimiento de las estructuras productivas, el envío de remesas desde el exterior por parte de los migrantes y la bonanza petrolera, han permitido dicha estabilidad.

Desde el 9 de enero de 2000 el dólar americano se estableció como moneda oficial en Ecuador, con monedas fraccionarias de uno, cinco, diez, veinticinco y cincuenta centavos, que se emiten en el Ecuador. Desde entonces el Ecuador cambió su historia inflacionaria: pasó de mantener niveles de inflación cercanos a los tres dígitos, a tasas de un dígito durante los últimos años.

El Comercio Exterior en Ecuador es una de las actividades principales de la promoción del gobierno central en los últimos años. Así en el año 2010, La Asamblea Nacional y la Función Ejecutiva aprobaron el Código de la Producción, cuyo objetivo principal es promover las exportaciones de productos con alto valor agregado y garantizar las inversiones extranjeras en el país, a través de una serie de beneficios, principalmente fiscales, como la reducción del impuesto a la renta en 2 puntos porcentuales, por lo que ahora se encuentra en 22%. Las exportaciones totales del Ecuador en los últimos años han mantenido una tendencia al alza principalmente al aporte de las exportaciones petroleras, con excepción del año 2009 donde hubo una caída que se podría alegar a la crisis económica mundial de ese año. Para el 2013 las exportaciones alcanzaron los USD 24,975 millones, lo que significó USD

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

1,192 millones más que en el 2012. La tasa de crecimiento promedio anual de las exportaciones ecuatorianas en los últimos seis años ha sido positiva de 5.81%.

La Balanza Comercial ecuatoriana ha presentado saldos negativos durante los últimos cinco años, en el 2009 el déficit fue de USD 208 millones, en el año 2010 alcanzó los USD 1,788 millones y para el 2012 hubo una recuperación considerable llegando a los USD 256 millones, volviendo a incrementarse en el 2013 en USD 793 millones .

El petróleo y sus derivados constituyen el principal producto de exportación del Ecuador, en promedio, más del 55% del total exportado corresponde a este rubro. Este cada vez tienen una mayor participación en las exportaciones totales, así es que para el 2010 las exportaciones petroleras representaron el 55.31% del total y para el 2013 representaron el 56.53%.

Los productos que tradicionalmente ha exportado el Ecuador al mundo, han tenido una tendencia creciente en los últimos cinco años(al igual que el petróleo), así es como, banano y plátano de USD 1,995 millones en el 2009, han pasado a USD 2,373 millones en el 2013. Para el caso de camarones ha habido una tendencia similar, de USD 664 millones en el 2009 para el 2012 se exportaron USD 1,278 millones; las exportaciones registradas en el 2013 fueron de USD 1,1797 millones. Cacao y elaborados para el 2007 registraron exportaciones por USD 402 millones, alcanzando USD 586 millones en el 2011 y en el 2013 llegaron a USD 532 millones. Atún y pescado representa uno de los principales productos de exportación del Ecuador de USD 233 millones en el 2009, para el 2012 las exportaciones alcanzaron los USD 324 millones y para el 2013 fueron de USD 265 millones. Café y elaborados en el 2007 registraron exportaciones por USD 139 millones, para el 2013 fueron de USD219 millones.

La balanza comercial con Estados Unidos, Europa, el Mercado Común Centroamericano y Oceanía es positiva. En cambio con el resto de América, la Aladi, la Comunidad Andina, Asia y África es negativa, con excepción de la balanza comercial con Perú que es superavitaria para Ecuador.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Acuerdos internacionales⁵⁴

Ecuador tiene en vigencia más de 27 convenios bilaterales de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones con países de Europa: Alemania, España, Finlandia, Francia, Italia, Países Bajos, Reino Unido, Rumania, Rusia, Suecia, Suiza; de Asia: China, y con países de América: Argentina, Bolivia, Canadá, Chile, Costa Rica, El Salvador, Estados Unidos, Honduras, Nicaragua, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Mantiene, además, convenios con la Multilateral Investment Guarantee Agency (MIGA), con Overseas Private Investment Corporation (OPIC), con la Corporación Interamericana de Inversiones (CII) y con la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

Incentivos para la inversión

En su afán de atraer inversión extranjera, Ecuador ha implementado incentivos económicos, legales y tributarios como subsidios, facilidades y garantías de crédito, depreciaciones especiales, exenciones y deducciones para el pago de algunos impuestos; todas estas medidas dirigidas también a fomentar el comercio internacional. Para acceder a estos beneficios, es necesario que el inversionista o el representante legal de la compañía beneficiaria de la inversión, la registre en el Banco Central del Ecuador; que registrará como inversión extranjera directa, subregional o neutra. Una vez concluido este proceso, las utilidades netas provenientes de las inversiones pueden ser transferidas al exterior.

Además, la Decisión 291 del Acuerdo de Cartagena estipula que las empresas extranjeras deben tener acceso a los mecanismos de promoción en las mismas condiciones establecidas para los empresarios nacionales o mixtos.

Requisitos para la importación

Cualquier persona natural o jurídica que desee calificarse como importador, debe hacerlo a través del Servicio Nacional de Aduanas, para lo cual es necesario poseer un Registro Único de Contribuyentes (RUC).

⁵⁴ Ver Anexo 1

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

El Comité de Comercio Exterior establece la nómina de productos sujetos a controles previos a la importación que son los procedimientos y documentos de control previo tales como: registros, permisos, notificaciones obligatorias, autorizaciones y certificados emitidos por varias entidades ecuatorianas. En el caso de productos de uso Agrícola, como ser este caso, se necesita de la licencia otorgada por Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (Agrocalidad) del Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuicultura y Pesca (Magap).

Para liberar la mercadería de aduana, todo propietario de mercadería o consignatario debe declarar ante la aduana ecuatoriana las importaciones para todos los lotes del producto que haya efectuado.

Los documentos que acompañan la Declaración Única Aduanera son: original o copia negociable del conocimiento de embarque, carta de porte o guía aérea, factura comercial, póliza de Seguro y los demás exigibles por regulaciones expedidas por el Comex. Con la documentación completa, ésta ingresa al distrito aduanero de llegada de la mercancía e inmediatamente se inicia el trámite de nacionalización de las mercancías.

Las importaciones procedentes de los países que integran la Comunidad Andina (CAN) y la Asociación Latinoamericana de Integración (Aladi), además de cumplir con todos los requisitos exigidos para importaciones, deberán presentar el Certificado de Origen para acogerse a las preferencias arancelarias otorgadas por el Ecuador. Para algunas importaciones es necesario efectuar el aforo físico, trámite administrativo de determinación tributaria mediante el cual las empresas aforadoras efectúan el reconocimiento físico de las mercaderías que se han importado. Finalmente, para retirar las mercaderías aforadas, es indispensable haber pagado previamente los tributos al comercio exterior.

Análisis

Ecuador cuenta con el 70% de las rutas habilitadas para ser transitadas de manera permanente, siendo solamente el 13% lo que esta asfaltado. La mayoría del restante, es decir de las rutas no habilitadas para su uso habitual, consiste en rutas terciarias y precarias. Si bien es bajo el porcentaje que esta

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

asfaltado, hay un gran porcentaje que tiene rodadura afirmada, por lo cual al momento del transporte de la mercadería no presenta un gran inconveniente. En cuanto al transporte aéreo, el mismo no está desarrollado, y cuentan solamente con dos aeropuertos habilitados como internacionales. El 30% de los aeropuertos que se encuentran en Ecuador, no cuentan con la infraestructura básica. Dichas condiciones hace que el movimiento de mercadería que el país tiene a través de este medio no sea muy elevado, teniendo que recurrir a medios alternativos. En lo referente al transporte marítimo, cuentan con 4 puertos internacionales por los cuales se realizan las operaciones de comercio internacional. En cada uno de estos puertos se trata de concentrar la comercialización de distintos productos, haciendo cada uno de ellos “especialistas” en esos productos.

En la economía de Ecuador, el petróleo es fundamental, ya que el mismo representa el 56% de lo exportado. Dentro de las industrias no petroleras más importantes, se encuentra el cultivo de banano, flores, café, cacao y frutas tropicales. La política monetaria implementada por el gobierno, que consiste en la dolarización ha brindado una estabilidad económica. En el comercio exterior presenta una política favorable, siendo uno de los objetivos de promoción por parte del gobierno en los últimos años. Ecuador presenta una política de preferencia arancelaria para aquellos países que formen parte del ALADI, como ser el caso de Argentina.

Para poder llevar a cabo la importación a dicho país, como requisito especial, se requiere de la licencia otorgada por la MAGAP.

Matriz Multicriterio

En dicha matriz se incluirán diversas variables e indicadores, los cuales servirán como puntos de partida para la comparación de los posibles destinos de exportación. A continuación se detallara cuales son dichos índices y variables, y la justificación:

- Crecimiento % del PBI anual⁵⁵: Variable económica que será útil para establecer el crecimiento del poder adquisitivo de la población en general de

⁵⁵ <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>. Recuperado Sábado 20 de Febrero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

un país. El PIB es la suma del valor agregado bruto de todos los productores residentes en la economía más todo impuesto a los productos, menos todo subsidio no incluido en el valor de los productos.

- Comercio de mercaderías (% que representa en el PBI)⁵⁶: El comercio de mercaderías como proporción del PIB es la suma de las exportaciones e importaciones de mercaderías divididas por el valor del PIB, todo en dólares de los Estados Unidos, a precios corrientes.
- Cantidad importada de Anhidrita⁵⁷: El volumen que los países analizados compran en el comercio internacional
- Importancia de la actividad agrícola en el PBI (% que representa dicha actividad en el PBI)⁵⁸: Al tratarse de un producto que sirve como fertilizante y recuperador de suelos, es de vital importancia que los países a los cuales se quiere exportar el producto, tengan una actividad agrícola desarrollada.
- Consumo de fertilizantes⁵⁹: mide la cantidad de elementos nutritivos de las plantas por unidad de tierra cultivable.
- % Tierra cultivable⁶⁰: incluye aquellos terrenos definidos por la FAO como afectados a cultivos temporales (las zonas de doble cosecha se cuentan una sola vez), los prados temporales para segar o para pasto, las tierras cultivadas como huertos comerciales o domésticos, y las tierras temporalmente en barbecho. Se excluyen las tierras abandonadas a causa del cultivo migratorio.
- % Tierra destinadas al cultivo de manera permanente⁶¹: Las tierras destinadas al cultivo de manera permanente son aquellas en las cuales se siembran cultivos que ocupan la tierra durante períodos prolongados y que no

⁵⁶ <http://datos.bancomundial.org/indicador/TG.VAL.TOTL.GD.ZS>. Recuperado Sábado 20 de Febrero de 2016

⁵⁷ http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx. Recuperado Sábado 20 de Febrero de 2016

⁵⁸ <http://datos.bancomundial.org/indicador/NV.AGR.TOTL.ZS>. Recuperado Sábado 20 de Febrero de 2016

⁵⁹ <http://datos.bancomundial.org/indicador/AG.CON.FERT.ZS>. Recuperado Sábado 20 de Febrero de 2016

⁶⁰ <http://datos.bancomundial.org/indicador/AG.LND.ARBL.ZS>. Recuperado Sábado 20 de Febrero de 2016

⁶¹ <http://datos.bancomundial.org/indicador/AG.LND.CROP.ZS>. Recuperado Sábado 20 de Febrero de 2016

necesitan replantarse tras cada cosecha, como el cacao, el café y el caucho. En esta categoría se incluyen los terrenos con arbustos de flores, árboles frutales, árboles de frutos secos y vides, pero se excluyen aquellos donde se siembran árboles para obtener madera o madera de construcción.

- Riesgo país⁶²: Es un índice que intenta medir el grado de riesgo que tiene un país para las inversiones extranjeras. Se lo tiene en cuenta ya que los inversores, al analizar donde realizar sus inversiones, buscan maximizar sus ganancias, pero además tienen en cuenta el riesgo, es decir, la probabilidad de que las ganancias obtenidas sean menor a las esperadas o que incluso sean negativas.
- Tipo de cambio frente al dólar⁶³: Como está valuada la moneda de cada país frente al dólar americano. Se lo hace en referencia al dólar americano y no a otra divisa, ya que el uso de dicha moneda está generalizado, y la mayoría de la operatoria internacional se realiza en dólares.
- Tasa tributaria total (% de utilidades comerciales)⁶⁴: La tasa tributaria total mide el monto de impuestos y contribuciones obligatorias que pagan las empresas después de justificar las exenciones y deducciones permitidas como porción de las utilidades comerciales. Se excluyen los impuestos retenidos (como impuesto al ingreso personal) o cobrados y remitidos a autoridades fiscales (como impuestos al valor agregado, impuestos a las ventas o impuestos a los bienes y servicios).

A dichas variables en la matriz se le asignará la importancia (I) que tiene cada una, siendo 5 la de mayor importancia, y 1 la de menor importancia. También se le asignará un puntaje de clasificación (C) que va desde el -2 al 2, donde el -2 indica la máxima negatividad de la variable y el 2 indica la mejor valoración posible. Se multiplicarán estos dos valores, importancia y clasificación, en cada variable. Luego se los sumará, de esta manera armar un ranking definitivo, siendo el que lidere el ranking, el país adecuado para hacer la exportación.

⁶² <http://www.coface.com.ar/Estudios-Economicos>. Recuperado Sabado 20 de Febrero de 2016

⁶³ <http://themonneyconverter.com/>. Recuperado Sabado 20 de Febrero de 2016

⁶⁴ <http://datos.bancomundial.org/indicador/IC.TAX.TOTL.CP.ZS>. Recuperado Sabado 20 de Febrero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

| Variables | IMPORTANCIA |
|--|-------------|
| % Crecimiento PBI | 2 |
| % Comercio de mercaderías | 3 |
| Cantidad Importada de Anhídrita (en tns) | 5 |
| Actividad Agrícola % PBI 2014 | 5 |
| Consumo de fertilizantes (100gr/ha) | 5 |
| % Tierra Cultivable | 5 |
| % Tierra cultivo permanente | 5 |
| Riesgo País | 4 |
| Tipo de cambio con el Dólar | 2 |
| % Tasa Tributaria | 4 |

| Variables | JAPON | | |
|--|----------------------|---------------|-----------|
| | VALORES | CLASIFICACION | TOTAL |
| % Crecimiento PBI | 1,5 | 1 | 2 |
| % Comercio de mercaderías | 28,4 | 1 | 3 |
| Cantidad Importada de Anhídrita (en tns) | 2669125 | 1 | 5 |
| Actividad Agrícola % PBI 2014 | | 0 | 0 |
| Consumo de fertilizantes (100gr/ha) | 256,7 | 1 | 5 |
| % Tierra Cultivable | 11,6 | 2 | 10 |
| % Tierra cultivo permanente | 0,8 | 0 | 0 |
| Riesgo País | A2 | 2 | 8 |
| Tipo de cambio con el Dólar | USD/JPY = 0,00924 | -1 | -2 |
| % Tasa Tributaria | 51,3 | 1 | 4 |
| TOTAL | | | 35 |

| Variables | CHILE | | |
|--|------------------------|---------------|-----------|
| | VALORES | CLASIFICACION | TOTAL |
| % Crecimiento PBI | 1,9 | 2 | 5 |
| % Comercio de mercaderías | 57,7 | 2 | 6 |
| Cantidad Importada de Anhídrita (en tns) | 56340 | 0 | 0 |
| Actividad Agrícola % PBI 2014 | 3,3 | 1 | 5 |
| Consumo de fertilizantes (100gr/ha) | 579,1 | 1 | 5 |
| % Tierra Cultivable | 1,8 | 0 | 0 |
| % Tierra cultivo permanente | 0,6 | 0 | 0 |
| Riesgo País | A3 | 1 | 4 |
| Tipo de cambio con el Dólar | USD/CLP = 0,0017300 | 0 | 0 |
| % Tasa Tributaria | 27,9 | 2 | 8 |
| TOTAL | | | 33 |

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

| Variables | VENEZUELA | | |
|--|----------------------|---------------|------------|
| | VALORES | CLASIFICACION | TOTAL |
| % Crecimiento PBI | -4 | 1 | 2 |
| % Comercio de mercaderías | | 1 | 3 |
| Cantidad Importada de Anhidrita (en tns) | 177552 | 0 | 0 |
| Actividad Agrícola % PBI 2014 | | -2 | -10 |
| Consumo de fertilizantes (100gr/ha) | 179,8 | 0 | 0 |
| % Tierra Cultivable | 3,1 | 1 | 5 |
| % Tierra cultivo permanente | 0,8 | 0 | 0 |
| Riesgo País | D | -2 | -8 |
| Tipo de cambio con el Dólar | USD/VEF = 0,15865 | 1 | 2 |
| % Tasa Tributaria | 65,4 | -1 | -4 |
| TOTAL | | | -10 |

| Variables | COLOMBIA | | |
|--|-------------------------|---------------|-----------|
| | VALORES | CLASIFICACION | TOTAL |
| % Crecimiento PBI | 4,6 | 2 | 4 |
| % Comercio de mercaderías | 31,5 | 1 | 3 |
| Cantidad Importada de Anhidrita (en tns) | 258419 | 2 | 10 |
| Actividad Agrícola % PBI 2014 | 6,3 | 1 | 5 |
| Consumo de fertilizantes (100gr/ha) | 648,6 | 2 | 10 |
| % Tierra Cultivable | 1,5 | 0 | 0 |
| % Tierra cultivo permanente | 1,6 | 1 | 5 |
| Riesgo País | A4 | 0 | 0 |
| Tipo de cambio con el Dólar | USD/COP = 0,00049000 | -2 | -4 |
| % Tasa Tributaria | 77,3 | -2 | -8 |
| TOTAL | | | 25 |

| Variables | ECUADOR | | |
|--|-------------|---------------|-----------|
| | VALORES | CLASIFICACION | TOTAL |
| % Crecimiento PBI | 3,7 | 1 | 2 |
| % Comercio de mercaderías | 53 | 2 | 6 |
| Cantidad Importada de Anhidrita (en tns) | 244342 | 2 | 10 |
| Actividad Agrícola % PBI 2014 | 9,1 | 2 | 10 |
| Consumo de fertilizantes (100gr/ha) | 229,1 | 1 | 5 |
| % Tierra Cultivable | 4,8 | 1 | 5 |
| % Tierra cultivo permanente | 5,9 | 2 | 10 |
| Riesgo País | C | -1 | -8 |
| Tipo de cambio con el Dólar | USD/USD = 1 | 2 | 4 |
| % Tasa Tributaria | 33 | 0 | 0 |
| TOTAL | | | 44 |

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Una vez ya realizada la matriz multicriterio, en la cual se ha tenido en consideración varios factores a analizar, se ha llegado a la conclusión que el país que representa la mejor opción es Ecuador, seguido de Japón.

Requisitos y barreras de acceso en Ecuador

Cualquier persona natural o jurídica que desee calificarse como importador, debe hacerlo a través del Servicio Nacional de Aduanas, para lo cual es necesario poseer un

Registro Único de Contribuyentes (RUC). El trámite de importación al Ecuador de determinados productos tiene requisitos particulares previos. El que afecta al producto el cual la empresa comercializa, es el registro de importadores en el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (Magap) para la importación de fertilizantes, minerales químicos, orgánicos y enmiendas.⁶⁵

Actualmente Ecuador está implementando controles a las importaciones a través de barreras no arancelarias, pero dicha medida no afecta al producto en cuestión.

Para registrarse como importador en Ecuador, se tendrá que⁶⁶:

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>).

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos

⁶⁵

<http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/mercado/material/GUIA%20COMERCIAL%20ECUADOR%20014%20PROEcuador.pdf>. Recuperado el Martes 16 de Febrero de 2016

⁶⁶ http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action. Recuperado Jueves 25 de Febrero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

Para poder llevar a cabo la desaduanización de una mercadería importada en Ecuador, se la tiene que realizar por un Agente Acreditado por el SENA. La declaración aduanera de importación puede ser presentada de manera electrónica, o de manera física en los casos que la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana lo considere necesario. En el caso de no cumplir con él envió de los documentos indicados en el plazo de treinta días calendario, contados a partir de la fecha de arribo de la mercadería, acarreará el abandono tácito de la misma sin perjuicio de la imposición de la respectiva multa por falta reglamentaria. Al mismo tiempo, los documentos digitales que tienen que acompañar a la declaración aduanera de importación son:

- Documentos de acompañamiento: Aquellos denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercadería, y deben presentarse en conjunto de la declaración aduanera de importación cuando sean exigidos.
- Documentos de soporte: Constituyen la base de información de la declaración aduanera a cualquier régimen.
- Factura comercial
- Certificado de origen
- Documentos que el SENA o el Organismo regulador de Comercio Exterior considere necesarios

*Tributación*⁶⁷

Los niveles arancelarios son: 0%, 5% (para materias primas básicas y bienes de capital) ,10% (para insumos y materias primas con bajo grado de elaboración), 15% (para bienes intermedios y algunos bienes de consumo) y 20% y 30% (para bienes suntuarios).

⁶⁷ <http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/mercado/material/GUIA%20COMERCIAL%20ECUADOR%202014%20PROEcuador.pdf>. Recuperado el Martes 16 de Febrero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

El IVA se grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles en todas sus etapas de comercialización, y al valor de algunos servicios prestados. El IVA es calculado en una tasa del 0% o 12%. De acuerdo a lo estipulado por el Artículo 55 de la Ley de Régimen Tributario Interno, los fertilizantes están gravados con tarifa 0% de IVA.

Para las importaciones la base imponible para el cálculo del IVA es el valor CIP y otros. En las compras al exterior o importaciones la base imponible de bienes importados comprende el valor CIP, aranceles, impuestos de aduana y otros aumentos al precio base que estén documentados.

En Ecuador las importaciones también están alcanzadas por el Impuesto a la Salida de Divisas (ISD). El hecho generador es la transferencia, envío o traslado de divisas que se efectúen al exterior, ya sea en efectivo, giro de cheques, transferencias, retiros o pagos de cualquier naturaleza, incluso compensaciones internacionales. La tarifa del ISD es del 5%.

Otro tributo implementado en Ecuador es el Impuesto para el fondo de Desarrollo para la Infancia (FODINFA). Dicho impuesto consiste en un 0,5% ad valorem CIP a las importaciones.

Estrategia de Penetración

La estrategia de penetración seleccionada para llevar a cabo la incursión en el mercado ecuatoriano es de Exportación Directa. Esto se debe a que si la empresa se quiere instalar en el país de destino, la misma tiene que adquirir un yacimiento de yeso con las mismas propiedades del que posee, para de esa manera no disminuir la calidad del producto. Además tendría que instalar la planta de extracción, con todos los costos que lleva acarreado. Es por esto, que la producción local como estrategia de penetración se descarta.

En este tipo de exportación, por lo general se recurre a la figura del Agente o del Distribuidor. Debido a que el producto que se comercializa no requiere de alguien especialista en el rubro y no es un producto exclusivo, por el momento se descarta la figura del Agente. Además las barreras culturales con Ecuador no son amplias, por lo cual no presentaría dificultades al momento de negociar.

En cuanto a la figura del Distribuidor, sería de gran utilidad tener una relación estable en el mercado de destino, la cual asume los riesgos y ambas partes obtienen su ganancia. De este modo, Recuperar SRL llevara a cabo la exportación contando con un distribuidor que realice ventas directas a clientes o a través de mayoristas. Se considera que es la forma más apta para así lograr que haya la menor cantidad de intervenciones que encarezcan demasiado el producto y le quiten competitividad en el mercado. Será necesario contar con un distribuidor que tenga gran capacidad de cobertura de las regiones donde se realiza la agricultura.

A pesar que este intermediario será el poseedor de la mercadería una vez realizada la exportación, Recuperar SRL considera adecuado compartir gastos iniciales en promoción y mostrarse siempre cercano a las preocupaciones de su cliente para lograr así que los productos tengan un mejor tratamiento en el país de destino.

Para encontrar quién se encargará de distribuir los productos se llevará a cabo un análisis de distintas fuentes tanto privadas como gubernamentales para así lograr obtener a alguien serio que busque generar una relación a largo plazo que permita adquirir grandes beneficios para ambas partes en un

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

futuro. Por otra parte, se considera apropiado que dicho distribuidor posea todas o casi todas de las siguientes características:

- Experiencia en el rubro y respaldo de dicha experiencia.
- Buena capacidad de cobertura de mercado
- Seriedad a la hora de trabajar en conjunto

Una vez que inicie la relación comercial, se deberá llevar a cabo un control periódicamente para analizar cómo avanzan las ventas, la inserción del producto, etc. Esto también mostrará a la empresa preocupada por conocer la situación en la que se encuentre su intermediario y ayudarlo, de ser necesario, a resolver los problemas que se puedan presentar.

Estrategia de Producto

Gracias a las necesidades de la demanda y la cultura de Ecuador, no se tendrán que realizar grandes modificaciones al producto. Es así, que se realizará una estrategia de expansión geográfica. Con la misma se busca aprovechar la producción de economía de escala.

En un principio el producto se puede considerar de tipo internacional. No se lo ha considerado global en su totalidad, ya que en otras partes del mundo los requisitos del suelo varían según su ubicación.

Respecto al empaque, el producto se ofrece en dos tipos: bolsas membretadas de 40 Kg y Big Bag de 1000 Kg. Poseen un sello de aprobación del SENASA y detalla las características y propiedades principales.

Respecto a los servicios de apoyo, se brindará asesoramiento y se capacitará al distribuidor y sus representantes para que ellos también puedan llevar a cabo la prestación del servicio a los clientes para optimizar el modo de empleo y los resultados obtenidos. Así mismo, se pretende de este modo lograr mejorar la relación con el intermediario en el exterior y los clientes para así fidelizarlos a la marca.

Estrategia de Comunicación

Se optara por la asistencia a diversas ferias internacionales, relacionadas con el rubro del producto, para así lograr un mayor contacto con posibles compradores e importadores del producto. Además se harán publicidades en medios especializados. Entre las ferias que se realizan en Ecuador, podemos mencionar:

- Expoagro Ecuador⁶⁸: Si bien la edición de este año ya pasó, hace 7 años que se realiza la feria en Ecuador, y debido al éxito se confirmó la edición del año 2016. Además, al ser la 7ta edición que se realiza con éxito, le otorga cierto renombre e importancia. El costo del stand es de U\$\$ 100 por metro cuadrado. Si se opta por el alquiler de un stand de 12 metros cuadrados, siendo el más chico, seria de U\$\$ 1200. En cuanto al hotel, la habitación individual en el hotel de la feria, sale U\$\$ 97,60, con impuestos incluidos. El vuelo, de acuerdo a la fecha que se realizó la feria en el 2014, cuesta U\$\$ 1800, con todos los impuestos. Se realizara los del 8 al 10 de Julio.
- Expo Agrofuturo⁶⁹: Se realiza en Colombia. La edición 2016 se realizara del 7 al 9 de Septiembre, en la ciudad de Medellín. En la edición 2015, ha reunido aproximadamente a 16300 visitantes, y ha concretado U\$\$ 310 millones en negocios. No hay información disponible en cuanto a los costos del stand. El alojamiento tiene un costo de U\$\$ 65 por día en el hotel Novelty Suites, de 4 estrellas. El pasaje aéreo tiene un costo \$13085 por persona incluyendo todos los impuestos.
- Exposición Rural⁷⁰: Se realiza en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina. El hecho de que se realice en nuestro país nos permite reducir costos. Es la muestra más antigua y tradicional de América Latina. No hay precios disponibles sobre los stands ni tampoco sobre la fecha de la misma del corriente año. De acuerdo a ediciones anteriores se ha desarrollado durante los primeros días de agosto. En cuanto al

⁶⁸ <http://www.expoagroecuador.ec/>. Recuperado Lunes 29 de Febrero de 2016

⁶⁹ <http://expo.agrofuturocolombia.com/>. Recuperado Lunes 29 de Febrero de 2016

⁷⁰ <http://www.exposicionrural.com.ar/>. Recuperado Lunes 29 de Febrero de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

alojamiento, en un hotel de 4 estrellas sale U\$S 55 la estadía por día. El pasaje aéreo sale \$2000 con todos los impuestos incluidos.

En el caso de concretar un contacto en alguna de las ferias previamente mencionadas, y que el futuro comprador demuestre un real interés por nuestro producto, se procederá a realizar un envío de muestra, mediante el régimen de exportación de muestras. De esta manera, el comprador va a tener la posibilidad de realmente probar el producto.

A continuación se realizara una ponderación de las ferias previamente mencionadas, para así poder determinar cuál será de mayor conveniencia para la empresa. Para la ponderación se utilizara una escala del 5 al 1, siendo 5 excelente y 1 malo. La feria que tenga mayor puntuación será la seleccionada.

| Ferias | Expoagro Ecuador | (P) | Expo Agrofruto | (P) | Exposición rural | (P) |
|------------------------|------------------|-----|----------------|-----|------------------|-----|
| país que se celebra | Ecuador | 5 | Colombia | 2 | Argentina | 3 |
| Sector | Agroindustria | 5 | Agroindustria | 5 | Agroindustria | 5 |
| Expositores | 142 | 3 | 155 | 3 | 500 | 3 |
| Visitantes | 18735 | 4 | 10377 | 2 | 800000 | 5 |
| Costo de participación | 3700 | 4 | 4100 | 3 | 510 | 5 |
| Total | | 21 | | 15 | | 21 |

Las ferias a las cuales se recomienda participar son Expo agro Ecuador y a la Exposición Rural Argentina.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Costos Resumen

Los mismos fueron proporcionados por la empresa

COSTO POR TN. EN DOLARES PUESTO EN FABRICA

CONSIDERANDO UNA MOLIENDA DE 1500 TNS MENSUALES

| | Sulfato de Calcio Granulado |
|---|------------------------------------|
| EXPLOTACION DE CANTERA | 16,02 |
| FLETE CANTERA A MOLIENDA | 33.78 |
| MOLIENDA GRUESA | |
| - Amortización Maquinarias | 0,16 |
| - Mano de Obra | 3,60 |
| - Insumos | 2,88 |
| SUB-TOTAL | 63.47 |
| <hr/> | |
| PELLETIZADO | |
| - Amortización Maquinarias | 11,79 |
| - Mano de Obra | 3,23 |
| - Insumos | 21,70 |
| ADMINISTRACIÓN Y VENTA | 10,80 |
| COSTO FOB – FABRICA COLONIA CAROYA – EN U\$S | 92,79 |

Como se puede ver, los costos están calculados estipulando una producción de 1500 tns mensuales. En caso de que la producción sea mayor o menor a la indicada, esta reflejara un aumento o una caída en los valores de costo, que a su vez afectara favorablemente o desfavorablemente a la rentabilidad de la empresa, por lo que esto afirma la importancia de mantener una relación producción-ventas para así cumplir con lo manifestado por la organización.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Estrategia de Precio

Se considera apropiado ingresar al mercado con una estrategia de precio en la cual el mercado local soporte los costos de distribución y venta, que es la manera en la cual la empresa trabaja en la actualidad. El precio de venta de Recuperar obtenido se ajustará a la competencia, la demanda, y el tipo de cambio, obteniendo de esta manera, un precio de acuerdo al mercado.

De este modo, se podrá dar un mayor porcentaje de utilidad tanto a la empresa como al distribuidor y la vez ofrecer un precio competitivo para darse a conocer en el mercado ecuatoriano. De todos modos, se tendrá cuidado a la hora de fijar el precio para no incurrir en el Dumping.

Respecto al Incoterm, la empresa ha estado implementando como política de condición de venta FCA Córdoba, lo cual seguirá vigente tanto como para este proyecto como también para futuras operaciones. A pesar de esto, decidimos hacer un análisis bajo los principales grupos de incoterms que se pueden aplicar en este caso, con el objetivo de establecer un análisis de competitividad del producto en el mercado ecuatoriano.

Calculo precio FCA

$$CT + [(IIT + IID + CAg f) \times \%R] - (IIT \times \%DN)$$

$$FCA = \frac{CT + [(IIT + IID + CAg f) \times \%R] - (IIT \times \%DN)}{1 + \%R - (\%CAg \times \%R) - \%DN - \%CAg - \%HonDA - \%O - \%UIG}$$

- Costo del Producto: 92.79 USD por tonelada, que consta 25 (veinticinco) bolsas de 40 kilogramos cada una.
- Peso unitario: 40 Kg.
- Una tonelada corresponden a 25 bolsas de 40 kg cada una. En un contenedor, podrian entrar 650 bolsas de 40 kg.
- Costo total del producto medido en unidades monetarias: $92,79 \times 28\text{tns} = 2598.12$ USD.

Porcentaje de reintegro (%R) = 0%

Porcentaje Derecho a la Exportacion (%DN) = 0%

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Porcentaje de Honorarios del Despachante de Aduana (%HonDA) = 1%

Porcentaje de Comision de Agente (%Cag) = 2%

Porcentaje de Utilidad más Impuesto a las Ganancias en proporcion del FCA (%UIG) = %38,82

- Utilidad 28,75%
- Impuesto a las ganancias 35%
- $28,75 + 0,2875 \times 35 = 0,388125$

Otros gastos (%O):

- Comision bancaria = 0.25%

Precio FCA = $2598.12 / ((1 + 0) - (0,02 * 0) - 0,00 - 0,02 - 0,01 - 0,0025 - 0,37975)$

Precio FCA = $2598.12 / 0,5794$

Precio FCA = 4420,45 USD

Precio FCA unitario = $4484,35 / 28$

Precio FCA unitario = 160,00 USD

Derecho de Exportación a Pagar:

De acuerdo a la posición arancelaria, dicho producto no cuenta con un derecho de exportación a pagar.

Derecho de reintegro a recibir:

De acuerdo a la posición arancelaria, dicho producto no cuenta con un sistema de reintegro.

Precio FCA = 4618,98 USD

Precio FCA unitario = $4618,98 / 28$

Precio FCA unitario = 165,00 USD

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Calculo precio CIP

Se utiliza el precio CIP, ya que el transporte es un multimodal. Los precios del transporte fueron cotizados por “Inter American Cargo Group S.A.”.

- Lugar de Carga: Colonia Caroya, Córdoba, Argentina
- Aduana de origen: En fabrica
- Aduana de destino: Guayaquil, Ecuador
- Lugar de descarga: Alausi, Ecuador

Montos

- Transporte Colonia Caroya, Argentina – San Antonio, Chile: 3170 USD
- Flete Oceánico San Antonio, Chile – Guayaquil, Ecuador : 680 USD
- Gastos de agencia: 267,60 USD
- Seguro 0.35% del precio FCA o un mínimo de 60 USD: 60 USD

$$\text{CIP} = 4484,35 + 3170 + 680 + 267,60 + 60 = 8661,95 \text{ USD}$$

$$\text{CIP unitario} = 8661.95/28 = 309,35 \text{ USD}$$

Calculo del precio DDP Santo Domingo

Para poder calcular el precio del Incoterm Delivery Duty Paid (DDP), se le sumara al CIP los aranceles, tanto de importación que tiene Ecuador, como los de nacionalización.

Los tributos que son necesarios pagar para poder exportar el producto a Ecuador, y también poder nacionalizarlo, han sido extraídos de la página oficial de Aduana de Ecuador.

La característica que presenta este INCOTERM, es que la responsabilidad cae totalmente sobre el vendedor, incluyendo el transporte interno en el país de destino.

- Arancel de importación: De acuerdo al tratado AAP.CE N° 59, Argentina cuenta con el 100% de preferencia.
- FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia): Es del 0,5% aplicable a la base imponible (CIP).
- ICE (Impuesto a los Consumos Especiales): No tributa

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- IVA: Es del 12% sobre la base imponible (CIP) + FODINFA + ICE
- Flete interno Guayaquil – Santo Domingo: 1125 USD
- Honorario Despachante de Aduana: 1% sobre CIP

Precio CIP = 8661,95

FODINFA = $0,005 * 861,95 = 43,31$

IVA = $8661,95 * 0,12 = 1039,43$

DDP = $8661,95 + 43,31 + 1039,43 + 625 = 103699,69$ USD

DDP * Tn = $10369,69 / 28 = 370,35$ USD

Oferta Internacional

Se recomienda buscar el primer contacto en la feria “Expoagro Ecuador”, ya que debido al perfil que tiene la misma, los visitantes, y los expositores, es la más adecuada para el producto que se busca comercializar. Además es de vital importancia que la misma se desarrolle en el país al cual se quiere ingresar, potenciando así las posibilidades de concretar el negocio. En el caso de concretar el negocio, a continuación se presenta un modelo de oferta internacional.

MODELO DE VENTA –por Contenedor-

| | |
|----------------------|-------------------------------|
| Mercadería | Yeso Agrícola Granulado - YAG |
| Marca | Recuperar S.R.L. |
| Unidades de venta | 700 bolsas de 40 kilogramos |
| Unidades por pallet | 25 bolsas de 40 kilogramos |
| Divisa a utilizar | Dólares Americanos |
| Posición Arancelaria | 2520.10.20 000 A |
| Precio Unitario | 160,00 USD |

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

| | |
|----------------------|------------------------------------|
| Precio Total | 4480,00 USD |
| Condición de entrega | FCA Córdoba |
| Medio de transporte | - |
| INCOTERM | FCA Córdoba |
| Origen | Colonia Caroya, Córdoba, Argentina |
| Destino | Guayaquil, Ecuador |
| Forma de Pago | Carta de crédito |
| Validez de oferta | 60 días |

Análisis de Competitividad

La comercialización de fertilizantes en Ecuador, no está muy concentrada, permitiendo que haya una gran variedad de empresas, en la que la mayoría de estas comercializan sulfato de calcio en polvo, que este bajo su condición de polvo y su procesamiento no presenta el valor agregado con el que cuenta el granulado, por lo que esto acorta la competencia directa dentro del mercado, siendo los principales productores locales Inducolina Cia y Gymagro. A pesar de no estar concentrada la comercialización, las empresas que se encuentran en la industria, ya tienen varios años de experiencia como respaldo, por lo cual lograr concretar un negocio con una empresa distribuidora se vuelve fundamental, para poder hacer frente a las mismas. Además, con una empresa distribuidora, se cuenta de antemano con el renombre que la misma tiene, obteniendo así una base sobre la cual asentarse, permitiéndole generar una confianza por parte de los clientes. La mayoría de las empresas localizadas en Ecuador son de capital nacional. Por lo que se pudo observar de las otras empresas, es que no todas están basadas en la agricultura, sino que ofrecen varios productos químicos, para

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

diversas industrias, y las que están basadas en la agricultura, se especializan en productos, no permitiéndoles de esta manera, atender la totalidad del mercado. La ventaja con la que cuenta Recuperar S.R.L., es que basan sus productos de acuerdo a la necesidad del suelo, y no sobre un cultivo en específico, permitiendo utilizar el producto en diversos cultivos. Además, la empresa se percató del desgastamiento de los suelos por parte de los cultivos, por lo cual decidió desarrollar sus productos para así, además de servir como fertilizante, pueda ser utilizado como recuperador de suelos.

El hecho de que no haya una empresa decididamente líder en el mercado, le permite a la empresa poder competir sin incurrir en grandes costos. Además, las características del producto le otorgan una ventaja a la hora de competir.

Además de las características que presenta el producto, en el proceso productivo se utiliza tecnología de punta, haciendo del mismo, un producto de alta calidad. El hecho de que la empresa posea los yacimientos de donde se extrae la materia prima, le otorga una ventaja, ya que la empresa nunca va a sufrir un desabastecimiento de la materia prima.

El rango de precios en el mercado ecuatoriano, varía desde 400 USD por tonelada llegando a los 475 USD en promedio, solamente si se vende el producto solo, si al sulfato de calcio granulado se lo complementa con algún otro producto vendiendo como mezcla adaptada a algún tipo de suelo o cultivo en particular su precio de venta es aún mayor como así también la rentabilidad, Esto antes mencionado, ubica al producto de la empresa en una posición de un precio competitivo, ofreciendo un producto de calidad. De todas maneras, se recomienda disminuir de manera mínima los márgenes de utilidad, para así poder ingresar, y saturar al mercado, y una vez que el producto ya este consolidado aumentar los precios.

Análisis Financiero

En lo que respecta a la planificación de ventas de Sulfato de Calcio Granulado, se ha hecho un análisis de acuerdo a las estadísticas de venta proporcionadas por la empresa y también sobre la participación de la misma en los distintos mercados internacionales donde opera. Todos estos datos son comparados cronológicamente en mismos periodos de actividad.

- RECUPERAR Total Ventas (en tns) Periodo 2011-2014

| 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 18.947,66 | 14.034,76 | 16.741,89 | 14.058,43 |

- RECUPERAR Total Ventas Comercio Exterior (en tns) Periodo 2011-2014

| 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------|----------|----------|----------|
| 4.509,00 | 3.414,00 | 3.755,00 | 4.116,00 |
| 23,80% | 24,33% | 22,43% | 29,28% |

Porcentaje Expo / Ventas

- PARAGUAY Impo Yeso vs. Expo Recuperar (en tns)

| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--|-----------|-----------|------------|-----------|
| Yeso Paraguay Tns Importadas ⁷¹ | 32.327,00 | 48.035,00 | 107.030,00 | 82.710,00 |
| Tns Exportadas Recuperar | 784,00 | 2.350,00 | 1.735,00 | 3.292,00 |
| Participación RECUPERAR en el mercado | 2,43% | 4,89% | 1,62% | 3,98% |

*Promedio Participación Mercado RECUPERAR Periodo 2011-2014: **3,23%***

⁷¹ http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx. Recuperado el Jueves 3 de Marzo de 2016

- URUGUAY Impo Yeso vs. Expo Recuperar (en tns)

| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Yeso Paraguay Tns Importadas | 30.112,00 | 60.935,00 | 16.089,00 | 60.136,00 |
| Tns Exportadas Recuperar ⁷² | 3.722,00 | 1.288,00 | 2.020,00 | 924,00 |
| Participación RECUPERAR en el mercado | 12,36% | 2,11% | 12,56% | 1,54% |

*Promedio Participación Mercado RECUPERAR Periodo 2011-2014: **7,14%***

El objetivo de estas tablas es asimilar la situación de estos últimos años en ventas (en tns) tanto de la empresa como de los mercados internacionales en que se ha desenvuelto. Elaborado esto y en resumen para destacar, en 1er lugar, es la importancia del Comercio Exterior en la empresa, vacilando entre el 22,43 al 29,28% llegando a este punto máximo en el 2014, lo que significa que el 29,28% del total de las ventas fueron desarrolladas afuera del territorio nacional. En 2do lugar, se observa en promedio entre los años 2011 y 2014 la participación de Recuperar en ventas en tns. en la República Oriental del Uruguay y en Paraguay, que son un 7,14 y un 3,23% respectivamente.

⁷² http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx. Recuperado el Jueves 3 de Marzo de 2016

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- **ECUADOR.** Ventas por mes (en tns) Periodo 2011-2014

| | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|
| 2011 | 12.958,00 | 18.102,00 | 24.457,00 | 18.785,00 | 18.717,00 | 18.199,00 | 18.657,00 | 54.344,00 | 12.677,00 | 18.433,00 | 24.810,00 | 18.471,00 |
| 2012 | 12.005,00 | 252,00 | 7.399,00 | 18.378,00 | 30.264,00 | 50.286,00 | 50.102,00 | 990,00 | 13.181,00 | 776,00 | 5.026,00 | 72.851,00 |
| 2013 | 38.567,00 | 836,00 | 38.701,00 | 935,00 | 633,00 | 79.851,00 | 1.953,00 | 38.871,00 | 39.000,00 | 898,00 | 428,00 | 40.765,00 |
| 2014 | 1.128,00 | 80.916,00 | 41.115,00 | 480,00 | 56.047,00 | 854,00 | 642,00 | 958,00 | 1.240,00 | 1.240,00 | 51.617,00 | 12.975,00 |

PROMEDIO 16.164,50 25.026,50 27.918,00 9.644,50 26.415,25 37.297,50 17.838,50 23.790,75 16.524,50 5.336,75 20.470,25 36.265,50

Objetivo (en tns)

| | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|------------|------------|
| 1,5% PARTICIPACION | 252 | 364 | 420 | 140 | 392 | 560 | 280 | 364 | 252 | 84 | 308 | 532 |
| Precio Venta | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 |
| Total Ingresos (en U\$S) | 40.320,00 | 58.240,00 | 67.200,00 | 22.400,00 | 62.720,00 | 89.600,00 | 44.800,00 | 58.240,00 | 40.320,00 | 13.440,00 | 49.280,00 | 85.120,00 |

Se puede observar en esta tabla las tns que ha importado el Ecuador entre 2011 y 2014 como así también el promedio de ventas por cada mes. De acuerdo a los valores de este último y en relación a los números obtenidos en la empresa, **se determina como objetivo desarrollar un plan de ventas en donde Recuperar asuma una participación del 1,5% del total mercado del Yeso Natural Anhidrita del país destino**, por lo menos durante el 1er año de ejecución. A su vez, estos valores en tns obtenidos están redondeados con el objetivo de aprovechar al máximo la capacidad de carga de los containers, en estos casos se trabajaría con containers tradicionales de 40 (ver anexo)

Una vez determinado el objetivo, se desarrolló para el proyecto el siguiente Flujo de Fondos, arrancando el mismo en Julio del 2016:

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

| CONCEPTO | PERIODOS | | | | | | | | | | | | | TOTAL ANUAL |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|
| | JULIO | | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| INGRESOS | | | | | | | | | | | | | | |
| Ventas (Tns x U\$S160) | 44.800,00 | 58.240,00 | 40.320,00 | 13.440,00 | 49.280,00 | 85.120,00 | 40.320,00 | 58.240,00 | 67.200,00 | 22.400,00 | 62.720,00 | 89.600,00 | 631.680,00 | |
| <u>Total Ingresos</u> | 0,00 | 44.800,00 | 58.240,00 | 40.320,00 | 13.440,00 | 49.280,00 | 85.120,00 | 40.320,00 | 58.240,00 | 67.200,00 | 22.400,00 | 62.720,00 | 89.600,00 | 631.680,00 |
| EGRESOS | | | | | | | | | | | | | | |
| Costo mercaderia (U\$S92,79 x Tn) | -25.981,20 | -33.775,56 | -23.383,08 | -7.794,96 | -28.579,32 | -49.364,28 | -23.383,08 | -33.775,56 | -38.971,80 | -12.990,60 | -36.373,98 | -51.962,40 | -25.981,20 | -366.335,82 |
| Ferias Comerciales | 0,00 | -3.700,00 | -510,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | -4.210,00 |
| Certificado de Origen | -10,00 | -10,00 | -10,00 | -10,00 | -10,00 | -10,00 | -10,00 | -10,00 | -10,00 | -10,00 | -10,00 | -10,00 | -10,00 | -120,00 |
| Comisiones Bancarias (0,25%) | -11,20 | -14,56 | -10,08 | -3,36 | -12,32 | -21,28 | -10,08 | -14,56 | -16,80 | -5,60 | -15,68 | -22,40 | -157,92 | |
| Comision Agente de Carga (2%) | -896,00 | -1.164,80 | -806,40 | -268,80 | -985,60 | -1.702,40 | -806,40 | -1.164,80 | -1.344,00 | -448,00 | -1.254,40 | -1.792,00 | -12.633,60 | |
| Despachante de Aduana (1%) | -448,00 | -582,40 | -403,20 | -134,40 | -492,80 | -851,20 | -403,20 | -582,40 | -672,00 | -224,00 | -627,20 | -896,00 | -6.316,80 | |
| <u>Total Egresos</u> | -25.981,20 | -38.840,76 | -25.664,84 | -9.024,64 | -28.995,88 | -50.865,00 | -25.967,96 | -35.005,24 | -40.743,56 | -15.033,40 | -37.061,58 | -53.869,68 | -28.701,60 | -389.774,14 |
| FLUJO OPERATIVO | -25.981,20 | 5.959,24 | 32.575,16 | 31.295,36 | -15.555,88 | -1.585,00 | 59.152,04 | 5.314,76 | 17.496,44 | 52.166,60 | -14.661,58 | 8.850,32 | 60.898,40 | 241.905,86 |
| Imp a las Ganancias (35%) | 0,00 | -2.085,73 | -11.401,31 | -10.953,38 | 0,00 | 0,00 | -20.703,21 | -1.860,17 | -6.123,75 | -18.258,31 | 0,00 | -3.097,61 | -21.314,44 | -95.797,91 |
| <u>UTILIDAD DESP DE IMPUESTOS</u> | <u>-25.981,20</u> | <u>3.873,51</u> | <u>21.173,85</u> | <u>20.341,98</u> | <u>-15.555,88</u> | <u>-1.585,00</u> | <u>38.448,83</u> | <u>3.454,59</u> | <u>11.372,69</u> | <u>33.908,29</u> | <u>-14.661,58</u> | <u>5.752,71</u> | <u>39.583,96</u> | <u>146.107,95</u> |
| Valor Presente | -25.981,20 | 3.169,55 | 14.177,07 | 11.144,82 | -6.973,77 | -581,43 | 11.540,98 | 848,50 | 2.285,65 | 5.576,29 | -1.972,94 | 633,43 | 3.566,47 | 17.433,41 |
| ACUMULADO | -25.981,20 | -22.811,65 | -8.634,58 | 2.510,24 | -4.463,53 | -5.044,96 | 6.496,02 | 7.344,51 | 9.630,16 | 15.206,45 | 13.233,51 | 13.866,94 | 17.433,41 | |

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Período de Recupero: Mes de Diciembre; Período 6. Con una ganancia de U\$S 6.496,02

| | |
|-----|---------------|
| VPN | 17.433,41 USD |
| TIR | 38,220703% |

| | |
|----------|--------|
| Tasa (K) | 22,21% |
|----------|--------|

| Vtas (en tns) IT=CT | |
|---------------------|-------|
| Anual | 2.437 |
| Mensual | 204 |

Ingresos:

Importes en U\$S de ventas por mes que la empresa estima que puede lograr de acuerdo al objetivo apuntado en base a los números manejados en el Ecuador. Como mencionamos anteriormente, el objetivo de la empresa es acaparar el 1,5% del total del mercado del Yeso Natural Anhidrita.

Dicho ingreso es la resultante entre el producto del precio de venta sacado en base al cálculo FCA (USD 160) por la cantidad de toneladas vendidas en cada mes. Dichas estimaciones se basaron en una combinación de factores de los cuales se sacaron estadísticas históricas de venta de la empresa a otras regiones en un período de cuatro años, teniendo en cuenta su capacidad productiva, la proporción de la producción destinada al mercado externo, el consumo de anhidrita en Ecuador, objetivo de penetración de mercado de la empresa, estimaciones promedio de demanda de anhidrita mensual.

Egresos:

- Costo de mercadería: 92,79, según anexo de costos de la empresa
- Imp. anticipo de derecho de exportación: 10% del valor de cada exportación.
- Publicidad: Dos ferias anuales, en julio y agosto, comprende: entrada a la feria, estadía, hotel y viáticos para dos personas.
- Comisiones Bancarias: 0,25% del total de la exportación

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- Comisión Agente de Carga: 2% del total de la exportación
- Despachante de Aduana: 1% del total de la exportación

Tasa K: Calculada entre la fluctuación del dólar actual 14,78 y la prevista según páginas (dólar rofex) y financieras privadas a enero 2017 (USD17,9), agregándole el interés que otorga el Bco. a plazo fijo en USD. (TNA 1.10).

Es decir que la variación es de un 21,10 % y se le agrega la tasa nominal anual de rendimiento que otorga el plazo fijo en dólares en el banco con el cual opera la empresa (TNA 1.10).

En base al análisis se pudieron sacar las siguientes conclusiones financieras y económicas respecto al proyecto:

Es viable por el punto de vista de la VAN, ya que la misma otorga un resultado de 17.433,41 USD, lo que significa que el proyecto es capaz de generar recursos.

Por otro lado, si se compara la TIR que tiene el proyecto puede apreciarse que es mayor a la tasa de costo de capital (k). Es decir, la Tasa Interna de Retorno del proyecto es de un 38,22% contra 22,21% de rendimiento que daría si se la empresa se hace de la tenencia de los dólares para aplicarlos a un plazo fijo que otorga el Banco a una tasa anual del 1.10%, sumado a la variación futura de la moneda que se estima con un alza del 21.10% para enero del 2017

En relación al tiempo, el proyecto generaría ingresos a partir del período seis o lo que es lo mismo en el mes de Diciembre; si establecemos que solo analizamos el lapso de 12 meses, el dinero invertido se recuperaría en menos del 50% del tiempo del período analizado.

Como dato adicional establecimos el punto de equilibrio económico del proyecto el cual refleja la cantidad de toneladas anuales y mensuales a vender para igualar los costos.

Otro dato importante a destacar es que de acuerdo al cálculo de producción mensual, se obtiene la conclusión de que se trabaja 20 días donde se

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

producen 75 tns diarias. La planta cuenta con una capacidad de producción de 10 tns por hora, lo que se traduce a unas 7,5 hs diarias de trabajo. Por lo tanto, en caso de que se produzcan más de 1500 tns por mes, es posible soportar el abastecimiento aumentando la cantidad de horas de trabajo de acuerdo a la capacidad de planta actual.

En otras palabras la empresa debería producir y vender a Ecuador una cantidad de 2437 TN anuales a un precio de USD 160 para equiparar los costos del proyecto, o lo que es equivalente a 204 toneladas por mes.

En base a estos tres métodos de análisis financieros y sumado a la importancia de ganar cuota de mercado internacional y generar la expansión de la empresa, podemos decir que el proyecto es sumamente viable, no solo por los beneficios económicos que traerá a la empresa sino por los beneficios implícitos como lo son: expansión, reconocimiento internacional del producto, generar nuevas relaciones comerciales, entre otras.

Conclusión

A lo largo de este trabajo se ha desarrollado el proyecto de exportación del producto Yeso Agrícola Granulado, para la empresa Recuperar SRL. En el mismo se ha ido desarrollando y evaluando las aptitudes de la empresa previamente mencionadas, determinando así las posibilidades de producción de la empresa y por ende de crecimiento de la misma a través de la incursión en mercados internacionales.

La empresa siempre se la ha pensado como una empresa preocupada por el medio ambiente, siendo este uno de sus valores organizacionales más importantes, de ahí su nombre y la característica distintiva de sus productos, que es la actuación como agente recuperador de nutrientes de los suelos para mejorar los rindes de los cultivos. También actúa con diversos organismos gubernamentales para evitar la degradación de los mismos.

Al momento de selección del país meta, se ha seleccionado Ecuador, lo cual representa un nuevo y gran desafío para la empresa, la cual siempre ha incursionado en países limítrofes, de esta manera disminuyendo sus riesgos al momento de insertarse en los mismos, además debido a la total capacidad con la que cuenta actualmente la empresa.

Tanto en lo personal como en lo académico, dicho proyecto nos presentó un gran desafío, ya que debimos integrar el conocimiento adquirido de todas las materias de la carrera más todo lo que implica llevarlos a la práctica, como así también tener en cuenta la vorágine de cambios a nivel nacional e internacional, lo cual trajo como consecuencia constantes modificaciones en el proyecto. Esto nos dio una visión extra, es decir que es necesario siempre saber adaptarse al contexto en este mundo globalizado en el que vivimos, que nos encontramos en permanentes transformaciones en lo económico, político, social, cultural, donde gran parte de estos cambios se propagan rápidamente afectando a distintas regiones, lo que hace que ante estas situaciones muchos queden paralizados, llegando al punto como para poner un ejemplo de que grandes empresas se encuentren al borde de una quiebra, con lo cual creemos importante que la adaptabilidad al cambio es una gran virtud que deben tener las organizaciones.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

En resumen, consideramos que este trabajo nos pareció una experiencia muy positiva ya que pudimos aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestro cursado, y nos mostró la importancia de utilizar estas herramientas para plantear un proyecto, no solo de este en particular sino para cualquier otro tipo de proyecto que se desee emprender.

La utilización de conocimientos de las ciencias de la Administración pueden hacer mucho más predecible el resultado de un proyecto de inversión, lo cual proporciona el camino más claro para tomar la decisión correcta, al fin y al cabo la Administración intenta aplicar los recursos limitados de una organización de la forma más eficiente posible.

Bibliografía

<http://www.tarifar.com/tarifar/biblioteca/nomenclador/showTratamiento.jsp?idPA=7726>

<http://www.recuperarsrl.com.ar/>

<http://www.quiminet.com/articulos/la-urea-y-sus-diversas-aplicaciones-21306.htm>

[https://marmoles.wikispaces.com/USOS+DEL+MARMOL+DOLOMITICO+\(DOLOMITA\)](https://marmoles.wikispaces.com/USOS+DEL+MARMOL+DOLOMITICO+(DOLOMITA))

<http://www.quiminet.com/productos/dolomita-agricola-11504671454.htm>

http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx

http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx

http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS_Graph.aspx?nvpm=3|032|||252010||6|1|1|2|2|1|2|1|1

http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx

<http://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>

El plan de marketing en la práctica. - José María Sáenz de Vicuña - quinta - 2000 - ESIC – Madrid

HXFoJ:www.ambanet.org

<http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-cvp>

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

<http://www.camcomext.com.ar/exportador/Manual-del-exportador5.0.pdf>

http://www.bna.com.ar/pymes/py_internacionales_exportadores2.asp

<http://www.exportar.org.ar/web2015/exportar.php>

<http://www.procordoba.org/quienes-somos-4277.html>

<http://www.argentinatradenet.gov.ar>

http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/mercado/material/GUIA_DE_NEGOCIOS.pdf

<http://datos.bancomundial.org>

<http://www.coface.com.ar/Estudios-Economicos>

<http://www.monografias.com/trabajos93/modulo-contabilidad-costos/>

<http://themoneyconverter.com/>

http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action

http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action

<http://www.expoagroecuador.ec/>

<http://expo.agrofuturocolombia.com/>

Guía de Estudio Sistemas Contables III. Costos. Héctor Traballini. 2004

Guía de Estudio Comercialización I. María Beatriz Ricci. 2005

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Arese, Hector Felix, 1999. "Comercio y marketing internacional" editorial Norma, Buenos Aires

Warren J. Keegan, 1997. "Marketing global", 5ta edición

M. Czinkotay I. Ronkainen, 2002, Marketing Internacional, Prentice Hall, 6ta Edición

Kotler-Keler, 2006, Dirección de Marketing, Decimo segunda edición.

Gottifredi, 2009, Código Aduanero Comentado, Ediciones Macchi, 1era reimpresión.

<http://www.iprofesional.com/notas/60056-Los-reintegros-a-exportadores-seguirn-pagando-Ganancia>

Fratilocchi 2002, Como exportar e importar, Editorial Cangallo, Buenos Aires.

http://www.europages.com/filestore/gallery/e8/f2/10778017_abddeffd.pdf

Anexos

Anexo 1: Instalaciones de Recuperar SRL

Cantera de Producción (San Ramón, La Rioja)





1er planta en Colonia Caroya, Córdoba





INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Nueva Planta en Colonia Caroya, Córdoba



INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Anexo 2: Tabla de tipo de acuerdos de Ecuador

| AÑO | TIPO DE ACUERDO |
|------|--|
| 1945 | ONU: En octubre se crea la Organización de las Naciones Unidas y Ecuador entra en Diciembre |
| 1948 | OEA: Ecuador forma parte de la Organización de Estados Americanos. |
| 1961 | En noviembre Ecuador se adhiere a la ALALC |
| 1964 | UNCTAD: Se crea la Conferencia de Naciones Unidas para Comercio y Desarrollo del cual forma parte Ecuador |
| 1968 | UNCTAD: 77 países en desarrollo solicitan preferencias arancelarias SGP entre ellos Ecuador |
| 1969 | ACUERDO DE CARTAGENA: 26 de mayo Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú firmaron este acuerdo |
| 1970 | GATT: Entra en vigencia el sistema preferencial unilateral SGP (Sistema General de Preferencias para países en desarrollo) |
| 1981 | ALADI entra en vigor en marzo y Ecuador ingresa al Acuerdo |
| 1988 | UNCTAD-SGPC: Se establece Sistema Global de Preferencias Comerciales entre países en desarrollo |
| 1993 | ACE (Acuerdo de Complementación Económica) Ecuador-Argentina. Se implementó en Mayo |
| 1996 | Acuerdo de Cartagena-marzo. Toma el nombre de la Comunidad Andina (CAN) OMC El 21 de Enero Ecuador entra al Acuerdo Multilateral |
| 1997 | CAN En junio entra en vigencia como Comunidad Andina |
| 2002 | En septiembre se renueva el ATPA bajo el Sistema de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de Drogas (ATPDEA) |
| 2003 | ACE 59: En diciembre, Ecuador, Colombia y Venezuela (CAN) suscriben acuerdo con MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) |

INCOTERMS 2010 CUADRO RESUMEN
Reparto de Costes entre Vendedor y Comprador

| SIGLA Modalidad transporte | INCOTERM | Embalaje y Verificación | Carga Almacén Vendedor | Transporte Interior Origen | Trámites Aduaneros Exportación | Costes Terminal Origen | Transporte Principal | Seguro de Transporte | Costes Terminal Destino | Trámites Aduaneros Importación | Transporte Interior Destino | Descarga Almacén Comprador |
|----------------------------------|---|----------------------------|------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| EXW Polivalente | <i>Ex Works</i> | Vendedor | Comprador | Comprador | Comprador | Comprador | Comprador | Comprador * | Comprador | Comprador | Comprador | Comprador |
| FCA Polivalente | <i>Free Carrier</i> | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Comprador | Comprador | Comprador * | Comprador | Comprador | Comprador | Comprador |
| FAS Marítimo | <i>Free Alongside Ship</i> | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Comprador | Comprador | Comprador * | Comprador | Comprador | Comprador | Comprador |
| FOB Marítimo | <i>Free On Board</i> | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Comprador | Comprador * | Comprador | Comprador | Comprador | Comprador |
| CPT Polivalente | <i>Carriage Paid To</i> | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Comprador * | Comprador | Comprador | Comprador | Comprador |
| CFR Marítimo | <i>Cost and Freight</i> | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Comprador * | Comprador | Comprador | Comprador | Comprador |
| CIP Polivalente | <i>Carriage Insurance and Paid to</i> | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Comprador | Comprador | Comprador | Comprador |
| CIF Marítimo | <i>Cost, Insurance and Freight</i> | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Comprador | Comprador | Comprador | Comprador |
| DAT Polivalente | <i>Delivered At Terminal</i> | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor ** | Vendedor | Comprador | Comprador | Comprador |
| DAP Polivalente | <i>Delivered At Place</i> | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor ** | Vendedor | Comprador | Vendedor | Comprador |
| DDP Polivalente | <i>Delivered Duty Paid</i> | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Vendedor ** | Vendedor | Vendedor | Vendedor | Comprador |

* No hay obligación de contratar un seguro, aunque el riesgo es del Comprador / ** No hay obligación de contratar un seguro, aunque el riesgo es del Vendedor

⁷³ International contracts

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Anexo 4: Modelo Certificado de Origen

|  Cámara Argentina de Comercio | | CERTIFICADO DE ORIGEN ACUERDO MERCOSUR - COLOMBIA ECUADOR Y VENEZUELA | | N° de Certificado | |
|--|------------|--|---|---------------------------|--|
| PAIS EXPORTADOR: Argentina | | PAIS IMPORTADOR: | | | |
| N° de Orden (1) | NALADISA | DENOMINACIÓN DE LAS MERCANCIAS | Peso o Cantidad | Valor FOB en (US\$) | |
| | | | | | |
| DECLARACIÓN DE ORIGEN DECLARAMOS que las mercancías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial N° de fecha cumplen con lo establecido en las normas de origen del presente Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N° 59 de conformidad con el siguiente desglose. | | | | | |
| N° de Orden | NORMAS (2) | | | | |
| | | | | | |
| EXPORTADOR O PRODUCTOR Razón social: Dirección: Fecha: | | | Sello y firma del Exportador o Productor | | |
| IMPORTADOR Razón social: Dirección: | | | | | |
| Medio de transporte: Puerto o lugar de embarque: | | | | | |
| Observaciones: | | | | | |
| CERTIFICACIÓN DE ORIGEN Certifico la veracidad de la presente declaración, en la ciudad de: A los: Nombre de la Entidad Certificadora: Cámara Argentina de Comercio Leandro N. Alem 36 (C1003AAN) Buenos Aires - Argentina Tel: (54-11) 5300-9000 Fax: (54-11) 5300-9058 | | | Sello y firma de la Entidad Certificadora | | |

Ver al dorso

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Anexo 7: Factura Proforma

COMMERCIAL INVOICE / FACTURA PROFORMA

| DATE OF EXPORTATION / Fecha de Exportacion | | EXPORT REFERENCES / Referencia | | | |
|--|------------------------|--|-----------------|----------------------|----------------------------|
| SHIPPER/EXPORTER / Exportador/Remitente (Complete Name and Address) | | CONSIGNEE / Destinatario (Complete Name and Address) | | | |
| COUNTRY OF ORIGIN OF GOODS/Pais de Origen | | IMPORTER/Importador (If other than consignee) (Complete Name and Address) | | | |
| COUNTRY OF DESTINATION / Pais de Destino | | | | | |
| AIR WAYBILL NO. | | | | | |
| MARKS & NOS. Marcas y Numeros | #of PKGS #de Envios | COMPLETE DESCRIPTION OF GOODS Descripcion de Producto | WEIGHT Pesos | Quantity cantidad | TOTAL VALUE Valor Total |
| | | | | | |

I DECLARE THAT THAT ALL INFORMATION CONTAINED IN THIS INVOICE TO BE TRUE AND CORRECT
 Declaro que toda la informacion contenida es verdadera

SIGNATURE OF SHIPPER/EXPORTER (TYPE NAME, TITLE AND SIGN)
 Firma del Exportador

Name: _____ Title: _____

Sign: _____ Date: _____

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Anexo 8: Cotización de logística



COTIZACIÓN EXPORTACIÓN MULTIMODAL MARÍTIMO

CLIENTE: RECIPELAR S.R.L.
RT.: Ricardo Alvarez

Fecha de Cotización: 05/04/2016
Figenda: 30/04/2016
Referencia Interna: PC LC 007/04/2016

DADOS DE LA CARGA

| | | | |
|----------------------------|--|-----------------------------|-------------------|
| ORIGEN: | PCA Córdoba | DIMENSIONES: | 23' STD / 44' STD |
| DESTINO: | Córdoba Capital | PESO: | - |
| DESTINO: | Buenos Aires, Ecuador | VULTOS: | - |
| VÍA: | MULTIMODAL VIA SAN ANTONIO/VALPARAISO, Chile | VALOR DE MERCADERÍA: | - |
| TIPO DE MERCADERÍA: | Sulfato de Calcio - Carga Gris NO peligrosa | PESO VOLUMETRICO: | - |
| Comentarios: | | | |

DETALLE DE COTIZACIÓN

PUETE INTERNACIONAL

| | | | |
|--|---------|---------|--------------|
| S/A ANTONIO VALPARAISO - CHILE / @suyvial | 23' STD | 40' STD | |
| Rate marítima | USD 623 | USD 683 | x contenedor |

Carrier: CHA CGM
Servicio Semanal / Directo / TT: 8 días aprox.

GASTOS CÓRDOBA CAPITAL A FOB SAN ANTONIO/VALPARAISO, CHILE

| | | | |
|---|-----------|-----------|--------------------|
| | 23' STD | 40' STD | |
| Servicio B/O via / Córdoba / Valparaíso o San Antonio + Gastos de Terminal | USD 3.170 | USD 3.170 | x contenedor |
| Gastos de agencia Marítima carrier | USD 203 | USD 108 | x contenedor |
| SI Fee | USD 60 | USD 30 | + DIA x contenedor |

* Comisión Ote. vial, neteado valor en B/O, consignado en Córdoba Capital y entregado a full en puerto chileno
* 20' Hacer libre en planta para la carga y Aduana
* Demora (en caso de haber): USD 350 x día
* Límite de peso bruto sin incluir Tara = 23 Tons

| | | |
|--|---|---|
| Handling Fee - INTER AMERICAN CARGO GROUP | USD 91,00 x BL | |
| Carrier fee | AL COSTO | (SI ES REQUERIDO) |
| Seguro Internacional | USD 0,15 % Sobre Precio a asegurar - MÍN USD 60 | Es obligatorio contratarlo con cláusula de exención anticipada para el item tenerse según la legislación Argentina. |

SERVICIOS INCLUIDOS

- * Pasajeamiento del vacío en planta de exportador o Piza para su compilación y presentado en e dia
- * ATA en Córdoba
- * Transporte Fierro a Terminal Portuaria en Chile
- * Gestión cruce frontera
- * Ingreso a Terminal, Puesta a bordo
- * Flete Marítimo de Puerto Chileno a Puerto de Destino
- * Handling Fee Inter American Cargo Group
- * Seguro Internacional

SERVICIOS NO INCLUIDOS

- Servicio de despacho de aduana, tasas, y derechos de exportación.
- Demora por causas ajenas a nuestro control
- D-Des despacho
- Jaca a río o terminal
- Gastos en destino
- Convolución de contenedor cargo del shipper

Nota: La cotización del servicio se ha efectuado considerando que se hará aduana en Córdoba. Asimismo la carga se consolidará en planta del cliente o en el depósito fiscal.



Tel.: Pcia + 54 22 47 44 16 67 20 17
18076 51109712

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Anexo 9: Carta de Porte

| | | | |
|---|--|--|---|
|   | |   | |
|  | | Carta de Porte 9 1 8 C.E.E. 5 6 | |
| EMISOR | | C.T.G. | Fecha Carga: Fecha Vencimiento: 21/05/2012 |
| CARTA DE PORTE PARA EL TRANSPORTE AUTOMOTOR DE GRANOS | | | |
| 1 DATOS DE INTERVINIENTES EN EL TRASLADO DE GRANOS | | | |
| Titular Carta Porte | | CUIT Nro | |
| Intermediario | | CUIT Nro | |
| Remitente comercial | | CUIT Nro | |
| Corredor | | CUIT Nro | |
| Representante/Entregador | | CUIT Nro | |
| Destinatario | | CUIT Nro | |
| Destino | | CUIT Nro | |
| Transportista | | CUIT Nro | |
| Chofer | | CUIT/CUIL | |
| 2 DATOS DE LOS GRANOS / ESPECIES TRANSPORTADOS | | | |
| Grano/Especie | | Tipo | Cosecha |
| | | | Contrato Nro |
| La carga será pesada en destino <input type="radio"/> | Declaración de Calidad <input type="radio"/> | Peso Bruto (Kgrs.) | Observaciones: |
| | Conforme <input type="radio"/> | Peso Tara (Kgrs.) | |
| Kgs. Estimados | Condicional <input type="radio"/> | Peso Neto (Kgrs.) | |
| PROCEDENCIA DE LA MERCADERÍA | | | Establecimiento |
| Dirección | | Localidad | |
| | | Provincia | |
| 3 LUGAR DE DESTINO DE LOS GRANOS | | | |
| Dirección | | Localidad | |
| | | Provincia | |
| 4 DATOS DEL TRANSPORTE | | | |
| | | Flete Pag. | Flete a Pag. |
| Camión | Acoplado | Tarifa de Referencia | |
| Km a recorrer | Tarifa | | |
| | | Firma del Remitente | Firma del Chofer |

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Anexo 10: Conocimiento de Embarque



Carrier Name

NON-NEGOTIABLE COPY

| | | | |
|--|------------------------------------|---|------------|
| SHIPPER | | DOCUMENT NUMBER | |
| CONSIGNEE | | EXPORT REFERENCES | |
| NOTIFY PARTY | | FORWARDING AGENT REFERENCES | |
| PRECARRIAGE BY * | | PLACE OF RECEIPT * | |
| VESSEL / VOYAGE NO | | PORT OF LOADING | |
| PORT OF DISCHARGE | | PLACE OF DELIVERY | |
| | | FINAL DESTINATION FOR THE MERCHANT'S REFERENCE ONLY | |
| | | POINT AND COUNTRY OF ORIGIN (FOR THE MERCHANT'S REFERENCE ONLY) FL - FLORIDA | |
| | | DOMESTIC ROUTING/EXPORT INSTRUCTIONS (FOR THE MERCHANT'S REFERENCE ONLY) | |
| PARTICULARS FURNISHED BY THE MERCHANT | | | |
| Container No., Seal No., Marks & No's | No. of Containers or Packages | M ** | PAGE 1 |
| Kind of Packages; Description of Goods | Gross Weight/Code | Measurement/Code | |
| | | | |
| TOTAL NUMBER OF CONTAINERS OR PACKAGES (IN WORDS) | | | |
| ITEM NUMBER | WEIGHT | MEASUREMENT | CUR. |
| RATE | BASIS | P/C | PREPAID |
| | | | COLLECT |
| | | | |
| LADEN ON BOARD THE VESSEL | Number of Original Bills of Lading | Place of Bills of Lading Issue | Prepaid at |
| DATE | BY | THREE | Payable at |
| (TERMS OF BILL OF LADING CONTINUED FROM BACK HEREOF) ENLARGED VERSION OF BACK CLAUSES IS AVAILABLE UPON REQUEST FROM THE CARRIER. In witness whereof, the undersigned, on behalf of _____, the Master and the owner of the Vessel, has signed the number of Bill(s) of Lading stated above, all of this tenor and date, one of which being accomplished, the others to stand void. | | | |

Dated _____
Month _____ Day _____ Year _____ B/L No. _____

Declared Value (U.S. \$) _____

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Anexo 11: Intervención del Senasa

DECLARACIÓN JURADA DE EMBALAJES DE MADERA, MADERAS DE SOPORTE Y ACOMODACION Resol. SENASA Nº 19/02

| |
|---|
| RESERVADO SENASA |
| Fecha de Recepción: ____ / ____ / ____ N° : ____ / ____ / ____ |

IMPORTADOR

| | | |
|-----------------------------------|------|---------|
| Apellido y Nombre / Razón Social: | | |
| Dirección: | | C.P.: |
| Teléfono: | Fax: | E-Mail: |

DESPACHANTE / AGENTE DE TRANSPORTE ADUANERO

| | | |
|-----------------------------------|------|---------|
| Apellido y Nombre / Razón Social: | | |
| Dirección: | | C.P.: |
| Teléfono: | Fax: | E-Mail: |

DATOS DE LA MERCADERÍA IMPORTADA

| | |
|---|----------------------|
| N° de transporte o Conocimiento | País de Origen |
| País de Procedencia | Punto de Ingreso |
| Medio de Transporte | Mercadería Importada |
| Lugar de Destino de la Mercadería importada | Dirección de Destino |

Especificar Terminal / Depósito donde se encuentra la mercadería a inspeccionar

EMBALAJES (Datos a consignar por el usuario – A verificar por SENASA)

| | | |
|--|--|--|
| Cumple con la Resolución SAGPyA Nº 685/05 Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> | | |
| Pallet o plataforma SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Cantidad:..... | Caja o cajón: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Cantidad:..... | Carretel o bobina: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Cantidad:..... |
| Bins: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Cantidad:..... | Contenedor: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Cantidad:..... | Maderas de soporte y acomodación: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Cantidad:..... |
| Otros: | | |

Anexo 12: Dimensiones de Containers

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

| | 20 pies, 20' x 8' x 8'6" | 40 pies, 40' x 8' x 8'6" | 40 pies High Cube, 40' x 8' x 9'6" |
|--------------------------|---|---|---|
| Tara | 2.300 kg / 5.070 lb | 3.750 kg / 8.265 lb | 3.940 kg / 8.685 lb |
| Carga máxima | 28.180 kg / 62.130 lb | 28.750 kg / 63.385 lb | 28.560 kg / 62.965 lb |
| Peso bruto | 30.480 kg / 67.200 lb | 32.500 kg / 71.650 lb | 32.500 kg / 71.650 lb |
| Uso más frecuente | Carga seca normal: bolsas, palés, cajas, tambores, etc. | Carga seca normal: bolsas, palés, cajas, tambores, etc. | Especial para cargas voluminosas: tabaco, carbón. |
| Largo | 5.898 mm / 19'4" | 12.025 mm / 39'6" | 12.032 mm / 39'6" |
| Ancho | 2.352 mm / 7'9" | 2.352 mm / 7'9" | 2.352 mm / 7'9" |
| Altura | 2.393 mm / 7'10" | 2.393 mm / 7'10" | 2.698 mm / 8'10" |
| Capacidad | 32,6 m ³ / 1.172 ft ³ | 67,7 m ³ / 2.390 ft ³ | 76,4 m ³ / 2.700 ft ³ |

Anexo 13: Equipamiento en plantas

Equipamiento Plantas de Pelletizado (1 y 2) de Colonia Caroya

- 6 (seis) Cintas Transportadoras.
- 1 (un) Molino tipo BCI.
- 1 (una) Zaranda de alta Frecuencia.
- 1 (una) Pelletizadora de Minerales de 15 Tns, con 2 reductores Brevini de 3 etapas, con motor trifásico de 60 Hp, con predensificador con motor de 10 HP y 2 amortiguadores a Nitrógeno y una Central Hidráulica Completa.
- 1 (una) Pelletizadora de Minerales marca YAESU, con motor de 60 Hp, con tolva de carga, encapsulada, con baranda y pasillo de inspección, con cinta transportadora de 6 mts de carga y otra de 8 mts de descarga, con sus correspondientes motores y reductores.
- 3 (tres) Embolsadoras de Gravedad con sus correspondientes Balanzas electrónicas.
- 1 (una) Embolsadora a tornillo automática.
- 1 (un) grupo electrógeno Caterpillar Mod 3220 con Tráiler y depósitos de Combustible.
- 2 (dos) Galpones de 400 mts² aproximados.
- 1 (un) Autoelevador Komatsu Mod 2000 de 3 Tns.
- Sistema de Aspiración de Polvo, con ciclones, motores, ventiladores, filtro de mangas con su cañería.
- Tableros eléctricos y de mando, e Instalaciones eléctricas.
- 2 (dos) Casillas Dormitorios, montada sobre tráiler.
- 1 (una) Casilla Oficina.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

- Laboratorio con su correspondiente equipamiento.
- Depósito de herramientas y repuestos.
- 1800 unidades de Big Bag, para el depósito y traslado de material, y gran cantidad de Ballet de más de 20.000 Bolsas laminadas para embolsar Pellet.
- Máquina Aplicadora de Finos, marca Pampero Mod 2007 de 4,5 Tns de capacidad.
- 3 (tres) Cisternas de 1200 Lts cada una.

Equipo de destape:

- 1 (una) Perforadora neumática Tomnrock, barra de 1" ¼ Broca de 3".
- 1 (un) Compresor de Aire Hollman 10 m³/min.
- 4 (cuatro) Martillos rompe bochas
- 1 (un) Compresor Sullair 185Q
- 1 (una) Cargadora Cat 2 m³.
- 1 (un) Frontal Jhon Dehere 544.
- 3 (tres) Perforadoras Hollman Silver 303 montadas en Wagon Drill.
- 2 (dos) Grupos Electrógenos.

Requerimiento de Insumos y repuestos utilizados en el Proceso:

Tipo y descripción

- Barra de comienzo (iniciadores) Integral, culatin hexagonal, boquilla hembra R32.
- Barras de extensión R32 x 2mts.
- Manguitos de acople R32
- Brocas R32 x 2 ½
- Brocas R32 x 3"
- Cadena de tracción 1" ½
- Mangueras de 2" x 25 mts.
- Mangueras de ¾ x 25 mts.
- Punta Picadora de 1" ½
- Bandas de Cintas
- Reductores

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONAUTICO

Cantidades

- Barra de comienzo (3 x año)
- Barras de extensión (6)
- Manguitos de acople (6)
- Brocas R32 x 2" ½ (1)
- Brocas R32 x 3" (1)
- Cadena de tracción 1" ¼ (5mts.)
- Mangueras de 2" (1)
- Mangueras de 3" (3)
- Punta picadora de 1" ½ (10)
- Combustible – Gas-oil (300 lts. X día)
- Aceite Rimola 15W 40 Shell (200 lts. X mes)
- Aceite Spirax 50W 90 Shell (20 lts. X mes).
- Aceite Donax TM (100 lts. X mes).
- Grasa Base Litio con disulfuro de Molibdeno (40 Kgs. X mes).
- Repuestos de martillos vs. (según necesidad).
- Filtros de combustible, aceite y de aire (1 de c/u x mes).
- Mangueras de alta presión (1 x mes).
- Repuesto de bombas Hidráulicas (1 kit x año).
- Repuestos Vs. (según necesidad).

