

Universidad Siglo 21



Trabajo Final de Graduación – Reporte de Caso

Licenciatura en Comercio Internacional

**OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN EL MERCADO ASIÁTICO
PARA HARINA DE SOJA DE LA EMPRESA “CAMPO
AGRÍCOLA” PROVENIENTE DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA**

Alumna: Franco Rueda, Agustina

Legajo: CIN01696

DNI: 39.869.134

2020

Agradecimientos

A mi familia y amigas, pilares, compañía y aliento en todo lo que me proponga.

A la universidad, por las alegrías, los desafíos, las amistades y profesores, y de manera especial al Licenciado Darío L. Candellero por su vocación, predisposición y claridad a lo largo de la carrera.

A los que estuvieron y ya no están.

A mí misma, por la perseverancia, el esfuerzo y la tenacidad para cumplir mis objetivos.

Y, por último, a mi abuela Teresa, maestra de mi vida, todo para ella.

Resumen

El presente trabajo se apuntó a identificar oportunidades comerciales dentro del continente asiático para insertar la harina de soja argentina de la empresa “Campo Agrícola” en el mercado internacional. El interés en la inserción de este producto se debe a la capacidad productiva que Argentina posee en este rubro, sumado a la fuerte demanda existente en muchos mercados. Para esto, se desarrollaron dos objetivos, en primer lugar, se realizó un estudio de mercado, donde a través de diferentes variables se identificó Filipinas como el mercado con mayor potencial para la importación de harina de soja.

Finalmente se desarrollaron las acciones necesarias para concretar la exportación en el mercado elegido, entre las cuales podemos destacar: ferias internacionales y posibles clientes para la empresa, precios FOB, CIF y DDP, método de pago óptimo para la operación y los documentos requeridos, entre otros. En la conclusión se pueden ver tanto los aspectos positivos como negativos del proyecto, junto con recomendaciones generadas en base a lo estudiado.

Palabras claves: oportunidades comerciales; harina de soja; Argentina; exportación; continente asiático.

Abstract

This paper aimed to identify business opportunities within the Asian continent to insert Argentine soybeans from the company "Campo Agrícola" into the international market. The interest in the insertion of this product is due to the productive capacity that Argentina has in this area, in addition to the strong demand existing in many countries. For this, two objectives were developed, first, a market study was carried out, where through different variables the Philippines was identified as the country with the greatest potential for the import of soybean meal.

Finally, the necessary actions are developed to realize the export in the chosen market, among which we can highlight: international fairs and possible customers for the company, FOB, CIF and DDP prices, the optimal payment method for the operation and the required documents, among others. In the conclusion you can see both the positive and negative aspects of the project, along with recommendations generated based on what was studied.

Keywords: business opportunities; soybean flour; Argentina - export; asian continent.

Introducción

En el presente reporte de caso, se indagará sobre el comercio de soja argentina con el continente asiático y sus potenciales oportunidades de negocios para el año 2021, contemplando las ventajas que dicha relación podría traer tanto para nuestro país como para la empresa analizada, situada al centro sur de la provincia de Córdoba: Campo Agrícola.

El motivo de la elección radica, principalmente, en la convicción sobre los beneficios que otorga el comercio internacional a una región, permitiendo a través de las exportaciones el ingreso de divisas y, por otro lado, considerando las necesidades de consumo del continente asiático de cereales que generan los productores agrícolas, quienes son un pilar fundamental para la economía argentina.

Se elige al continente asiático debido a las oportunidades que ofrece el territorio en lo concerniente a la eminente demanda de cereales del sector alimenticio, del ganado y para el sector avícola, además del gran crecimiento que se viene dando con la soja como alimento para la industria acuícola criada en cautiverio (TodoElCampo, 2015).

Nuestro país posee una gran ventaja competitiva y se encuentra en el podio de los tres mayores productores y exportadores de cereales y oleaginosas, por lo que es una gran oportunidad para el proceso de una primera exportación de la empresa, acompañando la visión de búsqueda de crecimiento permanente (Pisani Claro & Miazzi, 2019).

Objetivo General:

Identificar oportunidades comerciales para la soja dentro del continente asiático que permitan insertar a la firma Campo Agrícola en el mercado internacional para el año 2021.

Objetivos Específicos:

- Definir un potencial mercado de destino para la exportación de soja argentina.
- Desarrollar las acciones necesarias para concretar la exportación en el mercado elegido.

Análisis de la situación

En el siguiente análisis se darán a conocer los elementos relevantes para el reporte de casos con el objetivo de llegar a un diagnóstico que conecte la problemática con un plan de implementación.

Presentación de la empresa:

La empresa Campo Agrícola se crea en el 2004 a partir de 4 socios herederos de campos de aptitud agrícola en la zona de Hernando y Pampayasta Sud, en la provincia de Córdoba, como parte de la sociedad “Don Luis S.H”. Su objetivo es la explotación de los campos de terceros buscando la rentabilidad económica bajo un escenario de sustentabilidad agronómica, con crecimiento permanente. La totalidad de su producción se trata de commodities agrícolas, siendo estos el maní, la soja y el maíz (Universidad Siglo 21, 2020).

Productos y Procesos:

Como se mencionó anteriormente, los productos que la empresa produce y comercializa son el maní, la soja, el maíz y en menor medida, como cultivo invernadero, el trigo. El destino final de estos es tanto el mercado interno como el externo.

- La mayor parte del **maíz** se vende a exportadores del complejo agroindustrial de Rosario que lo procesan para el mercado interno o la exportación, y la parte restante se vende a productores ganaderos que lo utilizan como alimento para hacienda.
- La totalidad de la **soja** se vende a compradores del complejo agroindustrial de Rosario para su procesamiento y exportación.
- Y, por último, la totalidad del **maní** es vendido a empresas de la ciudad de Hernando para su procesamiento con destino final en el mercado externo.

La empresa tiene una explotación base de 552 hectáreas, inmuebles propiedad de sus socios, y cada año busca alquilar campos a terceros dentro de la zona de influencia de la empresa para la siembra, por lo tanto, van variando la cantidad de hectáreas explotadas con el correr de los años.

El proceso comienza anticipadamente con la elección de los lotes y su destino a los distintos cultivos, que son sembrados entre los meses de octubre y diciembre, de acuerdo con el régimen de lluvias, los precios y otros factores. Y, dependiendo de dicha fecha de siembra, será la fecha de cosecha, que siempre se ubica entre los meses de marzo y junio del año siguiente. Se mantiene una política de rotación entre los cultivos, principalmente con el maíz y la soja, para obtener una mayor sustentabilidad agronómica y económica (Universidad Siglo 21, 2020).

Inversión y Estrategia de ventas:

- Planta de silos mecanizada para acopio de granos con una capacidad para 1500 toneladas.
- Contratación de los servicios de siembra, pulverización, fertilización y cosecha.
- Gastos provenientes de los empleados, impuestos, mantenimiento y administración, necesarios para el funcionamiento normal de la empresa.
- Báscula (balanza para pesar camiones).
- Galpones para guardar maquinaria.
- Semillas, fertilizantes, agroquímicos y maquinaria agrícola.

La empresa tiene una estrategia de venta que consiste en espaciar sus ventas de acuerdo con sus necesidades de fondos por el hecho de que los precios agrícolas dependen de mercados internacionales y están cotizados en dólares. De esta forma, los granos se convierten en “moneda de ahorro” y se mantienen en el campo o en acopios como reserva de valor para venderse cuando tengan una necesidad puntual, en función de los precios de los insumos agrícolas y/o por la expectativa futura de los valores de los granos (Universidad Siglo 21, 2020).

Producto seleccionado: harina de soja

El complejo sojero emplea aproximadamente un 16% del total de la mano de obra del sector agroindustrial. Desde el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca destacaron que, en promedio, en los últimos tres años la harina de soja generó ingresos anuales por un valor de US\$ 9.400 millones. Además, un 90% del total procesado tuvo como destino la exportación (Agrofy, 2019).

Un informe de la Bolsa de Comercio de Rosario (2020) ratifica que Argentina tiene un rol preponderante en el mapa mundial de la soja, ya que tanto el grano de soja como sus subproductos (aceite y harina de soja) se utilizan en la alimentación humana, del ganado, peces y aves.

Como cuenta Carlos Reboratti, del Instituto de Geografía de la Universidad de Buenos Aires (UBA), en la actualidad la soja es, junto al maíz y el trigo, el cultivo más sembrado del país. Argentina es el tercer productor mundial de soja, sólo detrás de Brasil y Estados Unidos y, su exportación representa aproximadamente el 30% de las divisas internacionales que ingresan al país (InfoCampo, 2020).

Posición arancelaria: 1208.10.00.000 J

Desglose de la posición arancelaria:

- Sección II: PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL.
- Capítulo 12: semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forraje.
- Partida 12.08: harina de semillas o de frutos oleaginosos, excepto la harina de mostaza.
- Nomenclatura Común del MERCOSUR 1208.10.00
- Sistema Informático Malvina 1208.10.00.000J: de habas (porotos, frijoles, fréjoles) *de soja (soya) (Tarifar, 2020).

Tabla 1 – Tratamiento arancelario – especiales.

TRATAMIENTO ARANCELARIO	
DE% (derechos de exportación)	33%
RE% (reintegro de exportación)	0,5% hacia intrazona o extrazona
TRATAMIENTOS ESPECIALES	
DE% (derechos de exportación)	0% productos orgánicos certificados por el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA).
RE% (reintegro de exportación)	0,5% productos orgánicos

Fuente: elaboración propia en base a Tarifar (2020).

Análisis del sector:

En el análisis de la soja argentina detallaremos información específica sobre variables que favorecen o dificultan la producción y exportación de este cultivo. Para ello, se tendrán en cuenta los últimos 3 años (2018-2019-principios del 2020), con el fin de trabajar sobre datos actualizados y permitir comparar los cambios que se han producido al largo de los años.

El cultivo de soja se ha convertido a partir de mediados de los años noventa en el principal cultivo estacional de Argentina, tanto en su área sembrada como en producción total.

La pampa húmeda es donde se concentra la mayor proporción de la producción de soja en la Argentina, una de las zonas más ricas en cuestiones de calidad de suelos para agricultura, integrada por las principales provincias agrícolas del país, que son Santa Fe, Córdoba, Buenos Aires y La Pampa. La provincia de Córdoba es la segunda en capacidad

instalada de procesamiento de soja, con el 13% de la molienda total del país, detrás de Santa Fe, que posee el 76% (Andreani, 2020).

Según el análisis de la Bolsa de Cereales de Rosario en el 6° foro de Agricultura de América del Sur, en la campaña 2016/17 hubo un record histórico en la producción en Argentina, con un total de 123,7 MT (millones de toneladas), +14% con respecto a la campaña anterior, y más del 22% de aumento en promedio a los últimos 5 años. Más allá de que la soja es una oleaginosa que tiene la particularidad de tolerar un poco más que otros granos porque contiene mayor materia grasa, la sequía del 2017/18 tuvo un fuerte impacto negativo en la producción, que resultó en una baja del 37% con respecto a la campaña 16/17, y donde gracias a esto se perdieron más de 28 millones de toneladas de soja y maíz (Bolsa de Cereales de Rosario, 2018).

En el período 2018/2019 argentina tuvo una producción de 54.250 millones de toneladas, de las cuales el 75% del total fue para producción de harina.

Con respecto a la próxima campaña, D'Angelo (2020), desde la Subsecretaria de Mercados Agropecuarios, habla de las perspectivas de la demanda con un aumento en el consumo mundial de +2,8% y una suba del comercio mundial del 3%, mientras que la Bolsa de Cereales de Buenos Aires estima una cosecha de 49,5 millones debido a los rendimientos que se están observando luego de la falta de lluvias y el estrés calórico que sufrieron los cultivos (AgroVoz, 2020).

Factores como el político, económico, social y tecnológico son muy importantes ya que son estos los que van a generar los límites de producción, adaptación y comercialización debido a que un cambio de aranceles, normas políticas, en tendencias y/o nuevas modas puede afectar positiva o negativamente, generando una oportunidad o una amenaza para la empresa, que tendrá que lograr adaptarse para seguir produciendo y subsistiendo.

El análisis PEST se encarga de investigar e identificar los factores generales que afectan a las empresas o marcas para establecer una estrategia adecuada y eficaz.

Su aparición se dio en el 1968 con la publicación de un ensayo sobre marketing titulado "Análisis macro-ambiental en gestión estratégica" realizado por los teóricos Liam Fahey y V. K. Narayanan que fueron sus precursores (Peiró, 2020).

El factor económico se relaciona con aspectos tales como el PBI, tasas de interés, etc. Este factor es uno de los más influyentes en el comportamiento del consumidor en cuanto a su proceso de compra.

El balance general argentino presentó una baja del PBI en 2019 un -2,3%, y se prevé que para este año baje un -0,7%, sumado a la caída de las importaciones debido a la depreciación monetaria y la baja demanda interna. Esto sin tener en cuenta la pandemia que estamos atravesando, que puede traer mayores consecuencias de las esperadas. Sin embargo, se esperan resultados económicos mejores gracias a la recuperación de la actividad económica y las recientes mejoras de la inflación (Santander Trade, 2020).

A pesar de sus recientes problemas económicos, Argentina sigue jugando un papel importante en la economía global, sobre todo por su producción agrícola, y se espera que las exportaciones registren un mejor crecimiento, impulsadas principalmente por bienes primarios (Santander Trade, 2020).

En cuanto al factor tecnológico, el país cuenta con recursos humanos calificados para progresar en este ámbito. Sin embargo, al igual que la mayoría de los países latinoamericanos, no destinan mucho presupuesto para I+D, con un 0,6% del PBI anual. Aunque se intentó revitalizar el sistema de investigación en los últimos años, aun no es suficiente para producir una incidencia en el PBI por lo que se necesita un proyecto a largo plazo para poder crear un modelo que fomente la actividad productiva, con exenciones impositivas y medidas para fomentar, de manera explícita, la investigación y desarrollo en las empresas (Jaimovich, 2017).

El factor social se enlaza con la cultura, religión, educación y costumbres de una sociedad, las cuales tienen gran influencia a la hora de tomar decisiones en cuanto a patrones de consumo y comportamiento.

En nuestra sociedad no hay gran consumo de productos de soja y sus derivados en la alimentación humana. Los alimentos son normalmente producidos por diferentes derivados de la harina y el expeller de soja, que son refinados y transformados en texturizados, proteínas y concentrados nacionales e importados, los cuales son principalmente la demanda de la población vegetariana, vegana y/o la cultura oriental, que representarían entre el 1% y 2% de la población total, según informes de Sociedad Argentina de Nutrición (SAN). En los últimos años ha crecido el consumo por lo que las industrias incorporaron al mercado la venta de productos como grano de soja; poroto

tostado, tofu, pasta de soja y café, además de la soja orgánica. Sin embargo, continúa siendo de muy baja relevancia el volumen en cuanto a la producción (Ciani, Reus & Aramayo, 2018).

El contexto político que vive la Argentina al día de hoy es complejo, el país es una república federal basada en la democracia parlamentaria al mando del Presidente Alberto Fernández, en constante cambio en lo que respecta a sus exportaciones, con la depreciación del peso, la alta inflación y la contracción en el nivel de actividad, sumado a la presente pandemia de Covid-19 que incide directamente en la gestión política (International Monetary Fund, 2020).

Según la International Monetary Fund (2020), el brote en Argentina comenzó siendo relativamente limitado y al día 21 de septiembre hay 640.147 casos confirmados y 13.053 muertes, con la mayoría de los casos centrados en la Provincia y la Ciudad de Buenos Aires. Las autoridades han adoptado medidas radicales para prevenir un rápido crecimiento de infecciones, que implican un cierre total de las fronteras y una cuarentena en todo el país, a partir del 20 de marzo y en un primer momento hasta el 24 de mayo, aunque actualmente siguen las políticas de aislamiento social, preventivo y obligatorio total o parcial según las provincias. La pandemia y las medidas de contención han tenido un impacto económico significativo, con una pérdida del PBI de entre 0,75 y 1 por ciento del PBI en el primer trimestre, y una caída total de entre 11% y 13% esperada para fines del 2020.

Según datos del Banco Mundial, para el 2017 Argentina se posicionaba tercera dentro de las economías más cerradas, con 25 puntos. De todas formas, este dato no nos da mucha información ya que en el mismo informe podemos encontrar a alguna de las economías capitalistas más exitosas, como Estados Unidos, con 27.1 puntos, y Japón con 34.4 (Paz, 2019).

Como explica el economista Hernán Neyra (2018), el índice de apertura se calcula como la suma de las exportaciones e importaciones, sobre el PBI medido en USD, por eso normalmente nuestro porcentaje no es alto, principalmente por el dólar subvalorado con el que mide el Banco Mundial. Por lo tanto, aunque es un dato interesante, podríamos concluir en que la apertura comercial no conduce necesariamente al crecimiento.

Con respecto a acuerdos comerciales, en julio de 2019, el MERCOSUR firmó un acuerdo de libre comercio con la Unión Europea, que entrará en vigencia en 2022, cuando lo hayan aprobado los parlamentos de todos los países. Gustavo Idígoras, presidente de la Cámara de la Industria Aceitera de la República Argentina (CIARA) y el Centro de Exportadores de Cereales (CEC), cuenta que para el país significa llevar de 13 a 40 el número de naciones con acuerdos comerciales. Dentro de los puntos trascendentales, para la cadena sojera, el acuerdo contempla aranceles cero para la harina de soja, que es el principal producto de exportación argentina a Europa, y elimina los derechos de exportación para el complejo aceitero, particularmente de soja y girasol, en un proceso que va de 4 a 7 años; junto con la certificación de las Buenas Prácticas Agrícolas, que es otro eje clave del acuerdo (Abramovich, 2019).

Y, para sumar otra alternativa, en septiembre del 2019, cuando aún gobernaba el anterior presidente Mauricio Macri, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de Argentina firmó un acuerdo con representantes del gobierno chino para comenzar a exportar harina de soja luego de 20 años de negociaciones. Más allá de que Argentina le exportaba granos y aceite, no compraban harina, ya que como son el mayor productor, hasta ese momento alcanzaban a autoabastecerse. Este acuerdo fue previsto para comenzar las exportaciones a principios de este año (Smink, 2019).

Algunos de los organismos públicos de fomento que existen en Argentina actualmente, ambos utilizados en este trabajo, son:

La Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional trabaja junto a las empresas, exportadores e inversores para que desarrollen sus negocios en la Argentina, brindando apoyo, información y facilitación (Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, 2020).

Por otro lado, Argentina Trade Net, desarrollado por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, para acercar a las empresas exportadoras y organismos públicos y privados vinculados al comercio exterior información económica-comercial de calidad e inteligencia de mercados (Argentina Trade Net, 2020).

La inflación es uno de los grandes problemas que presenta la economía argentina hace muchos años, la cual se ha acentuado de manera exponencial en el 2018, y con una tasa

anual superior al 50% desde febrero de 2019, lo que produce un efecto nocivo sobre la inversión y la posibilidad de crecimiento económico. Además, reduce el poder adquisitivo de los ingresos y moviliza el ascenso de la pobreza (Gasalla, 2020).

En cuanto al producto elegido, en el nuevo esquema de retenciones (230/2020)¹ presentado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, se considera “necesario modificar transitoriamente las alícuotas de los derechos de exportación para determinadas posiciones arancelarias de la NOMENCLATURA COMÚN DEL MERCOSUR (N.C.M.) que forman parte de la cadena agroalimentaria” con una baja en la alícuota de 22 productos, con otros 20 que no presentarían cambios, mientras que el único complejo afectado es el sojero, con una suba en la alícuota DEX de 3 puntos porcentuales (de 30% a 33%).

De esta manera, corresponde derogar el Decreto N° 847/19² que establece la desgravación del Derecho de Exportación a las operaciones de exportación de las mercaderías comprendidas. Mientras que se mantiene vigente el artículo 2° del Decreto N° 280³ del 17 de abril de 2019, donde se establece que ese derecho no podrá exceder de PESOS TRES (\$3) o PESOS CUATRO (\$4), en función de la mercadería de que se trate, por cada dólar estadounidense del valor imponible, incluyendo el importe que arroje la aplicación de la alícuota dispuesta, o del precio oficial FOB, según corresponda.

A fines del 2019, con la llegada del actual presidente Alberto Fernández, había mucha incertidumbre de lo que podía pasar en el sector agrícola. En diciembre de ese año aplicó un incremento a las retenciones de la oleaginosa, pasando de 24,5% a 30% (Infobae Económico, 2020). En marzo del 2020, el ministro de Agricultura, Ganadería y Pesca, Luis Basterra, comunicó que avanzarían en un incremento del 10% de las retenciones a las exportaciones de soja, las que pasarían del 30% al 33%.

Como podemos ver en el Índice FADA de marzo (2020), la participación del Estado en impuestos a la soja es del 70,7%, siendo la composición de los mismos principalmente los derechos de exportación.

¹ Decreto 230/2020. DCTO-2020-230-APN-PTE - Fijase alícuota del Derecho de Exportación.

² Decreto 847/2019 - DECTO-2019-847-APN-PTE - Desgravación.

³ Decreto 280/2019 - DECTO-2019-280-APN-PTE - Derecho de exportación.

En el caso de Córdoba, en cuestión de impuestos provinciales, solo se paga impuesto inmobiliario rural, la producción primaria está exenta de IIBB y no existen tasas municipales, por lo que representa el 1,5% del valor de la producción (FADA, 2020).

Más allá de ser el cereal que paga mayores retenciones de la canasta exportadora, también es el que mayor volumen exporta, con un total del 24% de las exportaciones totales del 2019, que supero casi en un 35% a las exportaciones del 2018 (Agrositio, 2020).

Según un estudio de la Bolsa de Cereales de Rosario (2020), Argentina es el cuarto productor mundial de harina de soja: unos 30 millones de toneladas para el ciclo 2018/19, 13% del total mundial, y el principal exportador, con un 42% del total. El mayor originador del mundo es China, que es también el principal consumidor.

La Bolsa de Cereales de Rosario (2020) explica que tanto Estados Unidos como Brasil poseen poblaciones y consumo interno de harina de soja superiores a la de Argentina, por lo que exportar tanto la harina como el aceite derivados de la soja es la ecuación económica más redituable.

En el período 1997/2004, las exportaciones del complejo oleaginoso se han cuadruplicado en cuanto a volumen. Considerando el último año, se observa que las exportaciones de las harinas proteicas tienen una participación del 60% del total de embarques del complejo soja, las correspondientes a grano oleaginoso un 26% y un 15% de aceites (Consejo Agropecuario del Sur, 2017, pág. 27).

Argentina en el Contexto Internacional:

El campo es fundamental para la economía argentina, un gran generador de empleos, y mucho más importante, el principal exportador del país.

La soja, principal oleaginosa cultivada en el mundo, representa el 56% de la producción mundial, siendo EEUU, Brasil y Argentina los principales productores y exportadores del mundo. La producción de soja es prácticamente nula en la UE, ocupando después de

China el segundo puesto como importador en este sector primordial para la elaboración de piensos, junto con el trigo y el maíz.

En cuanto a las importaciones, los principales destinos en el año 2019 y principios del 2020 fueron: Filipinas con un 42% del total, seguido de Vietnam (13%), Japón y Corea del Sur con un 5%, Colombia, Alemania y Tailandia con 3%, y el 27% restante repartido entre el resto de los países consumidores (Nosis, 2020).

Hace más de 10 años que la participación de Argentina en el mercado mundial sojero ha sido creciente para los tres productos (granos, harina y aceite), y el aumento de las exportaciones se explica en gran parte por el ingreso de China como importador neto del mercado (INTA, 2009).

A continuación, se pueden ver las variables inmanejables que se presentan a la hora de producir y comercializar soja, que pueden convertirse en grandes obstáculos si no los tenemos en cuenta:

1) Fertilizantes:

El uso de fertilizantes ocupa un lugar preponderante en la estructura de costos, ya que representa entre el 9 y el 10% de los costos de producción (FADA, 2020). Éste es un dato a tener en cuenta ya que, como consecuencia de los aumentos en la utilización de fertilizantes y el valor de los mismos, se puede volver poco competitiva la producción de la empresa⁴.

2) Flete:

Por la extensión del país y los grandes costos que implican los fletes, es una variable que impacta de manera directa en la competitividad del producto. La producción granaria implica un movimiento equivalente a 1,3 veces su volumen, ya que la producción no se traslada una sola vez, sino que se mueve hacia acopios e industrias y luego, esa producción es transportada nuevamente (FADA 2020).

Para la provincia de Córdoba esto representa cerca del 20% de los costos, mientras que, para otras provincias, como por ejemplo Santa Fe, representa solo el 11% por la cercanía relativa con los puertos (FADA, 2020).

⁴ Se importan más de un millón de toneladas de productos fertilizantes y el país produce una cantidad similar de fertilizantes nitrogenados.

3) *Clima:*

La buena cosecha y producción de la soja depende en gran parte del clima. La soja es un cultivo que tiene la particularidad de tolerar un poco más que otros granos porque contiene mayor materia grasa, de todos modos, le afectan en gran medida las sequías, como se pudo ver en la campaña 2017/18 (Bolsa de Cereales de Rosario, 2020).

4) *Retenciones:*

Ya que el gobierno de Alberto Fernández recientemente decidió cambiar las políticas de comercio exterior y aumentar las retenciones para la soja, puede que se dificulte su rentabilidad, aunque el Gobierno espera tener gracias a esto una recaudación adicional de casi 500 millones de dólares (Melo, 2020).

Marco Teórico

En este apartado se emprenderán las bases teóricas para cumplir con los dos objetivos específicos planteados para, a través de ellos, abordar el objetivo general.

Una oportunidad de negocios es la demanda de un producto o servicio, principalmente proveniente del exterior, que pueda ser satisfecha por un oferente y de esta manera beneficiarse de dicha circunstancia, y esto ocurre cuando se identifica un mercado previamente no conocido, se desarrolla una nueva necesidad o se conoce una mejor manera de servir a un mercado.

Al incursionar en el mercado internacional por primera vez, las empresas deben tener en cuenta las oportunidades comerciales que sean más favorables para su negocio. Inicialmente deben saber hacia dónde deben exportar y cuál es el país que le generará más beneficios a su bien o servicio (ICESI, 2008).

La Cooperación Interamericana de Inversiones (CII) (2019) explica que es importante que el empresario considere varios factores antes de decidir a donde vender sus productos. Y recomiendan no solo seleccionar un mercado objetivo, sino también uno alternativo para el caso en que la primera posibilidad fracase.

Para ayudar a cumplir el primer objetivo específico se utilizará la Analytic Hierarchy Process más conocida como Matriz Multicriterio de Selección, metodología creada por el profesor Thomas L. Saaty en la década de los 70, nacida como respuesta a problemas de toma de decisión y planificación (Piqueras, 2018).

Este modelo racionaliza el proceso que conduce a las decisiones, yendo de lo general a lo particular descartando así los países que no presentan buenas condiciones desde su macro entorno y realizando un análisis microeconómico de aquellos que son más interesantes, y tiene la utilidad para simplificar situaciones complejas.

Las bases sobre las que se realiza la selección de los criterios es una primera lista de potenciales países de destino del producto seleccionado, junto con la elaboración de una lista de las acciones, escenarios o alternativas que se incluirán en el análisis. Y luego se descartan a partir de factores externos que suponen riesgos para la empresa, y que ésta no puede mejorar.

Con los 5 países restantes se realiza la etapa de análisis macroeconómico y factores influyentes con mejor perfil para ser seleccionados, donde se elabora la lista de las acciones que se van a comparar y que posteriormente van a determinar el peso relativo de cada criterio por medio de métodos de ponderación de los mismos, en este caso utilizaremos la suma.

Cada variable analizada debe recibir un porcentaje (ponderación) de importancia y luego se le asignará un puntaje (clasificación) según su comportamiento en cada uno de los países. Algunas de las variables a tener en cuenta son: importaciones, exportaciones, inflación, PBI, libertad económica, riesgo país, transparencia, distancia, estabilidad política, corrupción, entre otras.

El país con mejor puntaje dentro de la matriz será seleccionado como mercado de destino para las exportaciones de la empresa (Contreras, 2009).

Para el desarrollo del segundo objetivo se pueden utilizar diferentes herramientas que cuentan con información fiable para tener en cuenta a la hora exportar.

Una de ellas es el informe llamado “Manual de Exportación paso a paso” creado por CaCEC (Cámara de Comercio Exterior de Córdoba) a través de su Instituto Superior de Comercio Exterior (ICSE), donde las empresas pueden conocer el proceso que deben seguir para concretar la internacionalización exitosamente. Desde el punto de vista comercial, podrán exportar quienes posean una estructura apropiada, un producto competitivo y el convencimiento de que la exportación es el camino por el que transitará el futuro de su empresa, sin olvidar que el interesado debe inscribirse como exportador

ante la Dirección General de Aduanas de la Administración Federal de Ingresos Públicos. A continuación, se pueden ver de manera resumida los pasos que muestra el informe:

1. Realizar el análisis o estudio de mercado que permite identificar cuál es la necesidad del sector, la competitividad del producto y los competidores.
2. Selección de los potenciales clientes. Algunas de las herramientas disponibles para acercarse a esos posibles clientes son: Ferias y Exposiciones; son una de las actividades más tradicionales, importantes y útiles para promover las exportaciones, tomar contacto en forma directa con potenciales compradores, con eventuales distribuidores, agentes, representantes, etc.
3. Acuerdos Comerciales.
4. Normas de calidad y requisitos según el origen.
5. Determinar cuál será el término de venta. Para esto, la Cámara de Comercio Internacional (CCI) elaboró reglas que definen las obligaciones y responsabilidades recíprocas entre vendedor y comprador en relación al desplazamiento de la mercadería, la transferencia de costos, riesgos y gestión de documentos, de aceptación voluntaria de las partes. Éstas comprenden los INCOTERMS⁵ y serán asumidas por las partes que intervienen en una compraventa internacional.
6. Precio y cotización: obtener el precio de exportación del producto. Para realizar una adecuada cotización, hay que considerar las cantidades vendidas, periodicidad, rentabilidad esperada e incremento de los costos internos, entre otros.
7. Medio de pago.
8. Documentación (CaCEC, 2019).

Para leer el manual completo se puede descargar de manera gratuita en su página web⁶.

Diagnóstico y Discusión del problema

De lo expuesto en el análisis de la situación se observa:

- A pesar de las dificultades que se presentaron en el sector agropecuario en el año 2018 debido a las sequías y la crisis cambiaria, en los últimos 3 años la harina

⁵ Para ver la lista completa de los INCOTERMS 2020: <https://www.exportacondhl.com/blog/incoterms-2020-cambios-importantes/>

⁶ Para ver en detalle el informe ingresar al siguiente link: https://www.ccec.com.ar/uploads/medialibrary/ArchivosVarios/ARCHIVO_2_1550515916.pdf

generó ingresos anuales aproximados por un valor de US\$ 9.400 millones, y en el 2019 se lograron producir más de 54.250 MT (millones de toneladas), superando las expectativas y estimaciones para ese año.

- Argentina destina más de la mitad de la producción de soja al mercado externo, y cerca del 90% de la harina, por lo que mayor producción se resume a mayores exportaciones y mercados satisfechos. Es importante destacar que Argentina se posiciona como el tercer productor de soja (detrás de Brasil y Estados Unidos), y el principal exportador de harina del mundo, con un 42% del total.

Por otro lado, los factores negativos están directamente relacionados con el reciente aumento de las retenciones a la soja, junto con la inestabilidad del tipo de cambio y la inflación actual de 45%, como así también, los grandes costos de fletes⁷ y fertilizantes. Para la empresa “Campo Agrícola” los costos en producción son elevados ya que se terceriza la mayoría de su actividad, y como los precios se fijan en base a la oferta y demanda del mercado, la situación suele ser un tanto inestable.

- En cuanto a “Campo Agrícola”, podemos ver que la empresa está en búsqueda de un crecimiento permanente, y a su vez posee gran experiencia en el mercado agropecuario. Por más que no cuente con maquinarias para producir la harina actualmente, creemos que la empresa tiene recursos para contratar los servicios y llevar a cabo esta idea, de la misma forma que lo hace con servicios de siembra, cosecha, etc. Es por esto que para hacer realidad esta propuesta, es necesario contar con una máquina de extracción de la grasa del haba en base de solventes (Mendez, Covacevich, & Capurro, 2010). Esta forma de venta implicaría dejar de vender a granel a grandes acopiadoras de granos y comenzar a comercializar de forma directa con los respectivos importadores del producto. Se debería idear un plan de acción junto con asesoría profesional para lograr cumplir con los trámites y los plazos correspondientes.
- Con respecto al producto, de todos los commodities que produce la empresa, la soja presenta grandes oportunidades por ser un producto con gran demanda que se utiliza tanto como insumo para alimento de animales de cría industrial, como también para la producción de biodiesel y en la industria alimentaria de diversas

⁷ La producción de soja implica un movimiento de 1,3 veces su volumen, sin contar el flete externo.

formas. A su vez, el consumo de harina de soja abarca distintos mercados que van desde Latinoamérica hasta Asia, con este último como el mayor importador del mercado

- Brindar información del mercado, detectar oportunidades y accionar, le permitirá a la empresa obtener alternativas de mercado y herramientas que le serán de utilidad en su búsqueda de crecimiento. La exportación es una solución viable, en la medida en que permite diversificar riesgos internos, obtener mayores ganancias y establecer alianzas con clientes internacionales. Creemos que la empresa cuenta con el potencial y los requisitos para tener éxito.

Plan de Implementación

A continuación, se presenta el desarrollo de los objetivos específicos planteados con el fin de dar respuesta al objetivo general.

El primer objetivo específico, definir un potencial mercado de destino para la exportación de soja argentina, se logra con el estudio y análisis de mercados internacionales a través de la Matriz Multicriterio, seleccionando aquel país que presente mejores condiciones. Se realizará una preselección de 10 países asiáticos con potencial de importación de harina de soja, siguiendo el criterio a partir del mayor valor importado en miles de USD en 2019 según Nosis, de los cuales quedarán solo 5 luego de este primer filtro. Y finalizado el proceso, quedará uno de los cinco países, siendo éste el potencial mercado a exportar.

Estudio de Mercado:

La tabla 1 presenta un listado de los 10 principales países asiáticos importadores de harina de soja (bajo la posición arancelaria **1208.10**), de acuerdo a la base de datos de Importaciones mundiales de NOSIS.

Tabla 2 – Preselección 10 principales importadores de harina de soja en Asia

País	Valor FOB importado en USD - 2019	Porcentaje (%)
Filipinas	1.053.457.392	61,87
Vietnam	270.072.151	15,86
Japón	123.328.640	7,24
Tailandia	88.775.555	5,21
Indonesia	56.749.890	3,33
Corea Del Sur	42.991.521	2,53
Sri Lanka	29.770.358	1,75
China	13.083.696	0,77
Malasia	5.253.302	0,31
Arabia Saudí	4.682.819	0,28

Fuente: elaboración propia en base a Nosis (2020).

Los países que más se destacan en base a la tabla 1 son:

- Filipinas
- Vietnam
- Japón
- Tailandia
- Indonesia

Para analizar los potenciales mercados se seleccionaron factores de influencia según criterios propios que se consideran importantes a la hora de analizar un país de destino para la exportación:

- Importaciones del producto (2019)
- Derechos de importación (DI%)
- Población
- Inflación
- PBI per cápita
- Riesgo País

Tabla 3 – Importaciones del producto

	Valor FOB en USD	Valor	Rango
FILIPINAS	1.053.457.392	5	400.000.000 => más
VIETNAM	270.072.151	3	200.000.000 => 299.999.999
JAPÓN	123.328.640	2	100.000.000 => 199.999.999
TAILANDIA	88.775.555	1	0 => 99.999.999
INDONESIA	56.749.890	1	0 => 99.999.999

Valores	
1	0 => 99.999.999
2	100.000.000 => 199.999.999
3	200.000.000 => 299.999.999
4	300.000.000 => 399.999.999
5	400.000.000 => más

Fuente: elaboración propia en base a Nosis (2020).

Tabla 4 – Derechos de Importación

	%	Valor	Rango
FILIPINAS	3	5	3 => 5,99
VIETNAM	8	3	6 => 8,99
JAPÓN	4,2	4	3 => 5,99
TAILANDIA	40	1	12 => más
INDONESIA	5	4	3 => 5,99

Valores	
5	0 => 3,99
4	4 => 7,99
3	8 => 11,99
2	12 => 15,99
1	16 => más

Fuente: elaboración propia en base a Trade Map (2020).

Tabla 5 – Población

	Habitantes	Valor	Rango
FILIPINAS	106,651,922	3	100.000.000 => 149.999.999
VIETNAM	95.540.395	2	50.000.000 => 99.999.999
JAPÓN	126.529.100	3	100.000.000 => 149.999.999
TAILANDIA	69,428,524	2	50.000.000 => 99.999.999
INDONESIA	267,663,435	5	200.000.000 => más

Valores	
1	0 => 49.000.000
2	50.000.000 => 99.999.999
3	100.000.000 => 149.999.999
4	150.000.000 => 199.999.999
5	200.000.000 => más

Fuente: elaboración propia en base a Santander Trade (2020).

Tabla 6 – Inflación

	%	Valor	Rango
FILIPINAS	2,5	3	2 => 2,99
VIETNAM	3,6	2	3 => 3,99
JAPÓN	1,0	4	1 => 1,99
TAILANDIA	0,9	5	0 => 0,99
INDONESIA	3,2	2	3 => 3,99

Valores	
5	0 => 0,99
4	1 => 1,99
3	2 => 2,99
2	3 => 3,99
1	4% => más

Fuente: elaboración propia en base a Santander Trade (2020).

Tabla 7 – PBI per cápita

	USD	Valor	Rango
FILIPINAS	3,294	2	3.000 => 5.999
VIETNAM	2,740	1	0 => 2.999
JAPÓN	40,847	5	12.000 => más
TAILANDIA	7,792	3	6.000 => 8.999
INDONESIA	4,164	2	3.000 => 5.999

Valores	
1	0 => 2.999
2	3.000 => 5.999
3	6.000 => 8.999
4	9.000 => 11.999
5	12.000 => más

Fuente: elaboración propia en base a Santander Trade (2020).


Tabla 8 – Riesgo País

	Valor	Valor	Rango
FILIPINAS	A4	4	Aceptable
VIETNAM	B	3	Significante
JAPÓN	A2	6	Bajo
TAILANDIA	A4	4	Aceptable
INDONESIA	A4	4	Aceptable

Fuente: elaboración propia en base a Coface (2020).

Valores	
7	A1 – muy bajo
6	A2 – bajo
5	A3 - satisfactorio
4	A4 - aceptable
3	B - significativa
2	C - alto
1	D – muy alto

Tabla 9 – Matriz Multicriterio

Criterio	Peso	Importaciones del Producto	Derechos de Importación	Población	Inflación	PBI per Cápita	Riesgo País	TOTAL
		0,24	0,24	0,10	0,16	0,14	0,12	1,00
FILIPINAS 	<i>Valor</i>	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>3</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	<u>4</u>	3,94
	<i>Ponderado</i>	<u>1,2</u>	<u>1,2</u>	<u>0,3</u>	<u>0,48</u>	<u>0,28</u>	<u>0,48</u>	
VIETNAM	<i>Valor</i>	3	3	2	2	1	3	2,46
	<i>Ponderado</i>	0,72	0,72	0,2	0,32	0,14	0,36	
JAPÓN	<i>Valor</i>	2	4	3	4	5	6	3,80
	<i>Ponderado</i>	0,48	0,96	0,3	0,64	0,7	0,72	
TAILANDIA	<i>Valor</i>	1	1	2	5	3	4	2,38
	<i>Ponderado</i>	0,24	0,24	0,2	0,8	0,42	0,48	
INDONESIA	<i>Valor</i>	1	4	5	2	2	4	2,78
	<i>Ponderado</i>	0,24	0,96	0,5	0,32	0,28	0,48	

Fuente: elaboración propia (2020).

Al culminar la clasificación y ponderación de los 5 posibles mercados comparados en la Matriz Multicriterio, se detectó que Filipinas es el país que obtuvo mayor puntuación (con 3,94 puntos) y con mayor potencial de exportación. Se destaca por ser un gran importador y a su vez, por ser el primer importador de harina de soja de Asia en el 2019.

Presenta una inflación media y riesgo país aceptable entre los países analizados, y es el país con menor porcentaje de derechos de importación.

A continuación, se desarrollan las acciones necesarias para concretar la exportación en el mercado elegido.

La República de Filipinas es un archipiélago que se encuentra en el sudeste asiático, y consta de 7.107 islas con una superficie total de 300.000 km² aproximadamente. Se trata de un estado democrático, republicano, y unitario con sistema presidencialista, en la que preside Rodrigo Roa Duterte.

El país posee una urbanización del 46,9%, y la moneda oficial es el peso filipino 1 PHP = 1,56 ARS al día 21/09/2020 (Santander Trade, 2020).



Fuente: Google (2020).

Filipinas cuenta con una política comercial abierta al exterior, así como un sistema jurídico y fiscal favorables a la inversión extranjera en determinados sectores. Es un país fundamentalmente agrícola, con ciertos núcleos productivos, que se enfoca hoy hacia las industrias transformadoras, el transporte y el turismo, favorecidos por su privilegiada situación en la región Asia-Pacífico (IberGlobal, 2019).

La exportación del producto 1208.10 se utilizará como insumo para alimentación animal, ya que Filipinas importa el 95% de sus requerimientos de soja, y esto se debe principalmente a la gran demanda de las industrias porcina y avícola, que utiliza soja como componente en sus alimentos (Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, 2018).

Con el objetivo de captar nuevos clientes y promocionar el producto, la empresa puede participar ya sea como expositor o como visitante de por lo menos una feria internacional, de ser posible dentro del país importador. La elección de esta feria se da en el país elegido

para exportar porque de esta manera será probable poder realizar algún tipo de contacto para próximas ventas. A continuación, se pueden ver solo algunos ejemplos de ferias⁸ a las cuales se podría asistir con el producto.

Tabla 10 – Ferias Internacionales

Feria	Fecha - Ciudad	Página Web
International Food Expo (IFEX) ⁹	mayo 2021 Manila	www.ifexphilippines.com
Asia Food Expo (AFEX)	9 al 12 de septiembre 2020 Manila	www.afex.com.ph

Fuente: elaboración propia en base a (NFerias, 2020).

A continuación, se presentan 3 posibles clientes para la empresa “Campo Agrícola”. Se trata de empresas filipinas importadores de harina de soja, que utilizan este insumo para alimentación animal:

Tabla 11 – Posibles Clientes

Importador	Volumen de importación (tn)	Página Web
Cargill Texturing Solutions PH	39.790	www.cargill.ph
Universal Robina Corp.	6.275	www.urc.com.ph
DKSH Philippines Inc.	5.765	www.dksh.com/ph

Fuente: elaboración propia en base a datos de (Penta Transaction, 2020).

La empresa elegida en este caso es Cargill, por sus años de trayectoria y su capacidad de importación, que son un gran componente de confianza para la primera exportación de la empresa que a su vez le dan una gran posibilidad de crecimiento a futuro generando relaciones comerciales duraderas.

En cuanto a acuerdos comerciales, Filipinas ha suscrito el Acuerdo sobre Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (Ley 25.481) con 38 países, entre los cuales se encuentra Argentina. El acuerdo con nuestro país se encuentra en vigor desde el 1 de enero de 2002, pero no hay acuerdos que contemplen tasas preferenciales entre Argentina y Filipinas actualmente (GOV.PH, 2020).

Filipinas cuenta con requisitos sanitarios para la importación de harina de soja. La Certificación Fitosanitaria es la aplicación de procedimientos destinados a dar

⁸ En www.nferias.com se puede consultar por ferias que se realizan en todas partes del mundo, diferenciadas por sectores.

⁹ Valor estimado para concurrir a la feria en Anexo 2.

cumplimiento a los requisitos establecidos por el Organismo Nacional de Protección Fitosanitaria (ONPF) del país importador para el ingreso de productos y subproductos de origen vegetal y otros artículos reglamentados. Para esto se emite un certificado fitosanitario de exportación que avala el cumplimiento de los requisitos y que el envío está libre de plagas (SENASA, 2019).

Además, el país pide la Certificación no OGM (organismos genéticamente modificados) o Certificación de Evento de Transformación OGM proveniente del proveedor (Argentina.gob.ar, 2020).

Al ser la harina de soja un commodity (productos genéricos, básicos, y sin mayor diferenciación entre sus variedades), está internacionalmente dado y éste sube o baja día a día.

Para el día 21 de septiembre del 2020, el precio FOB mundial de la harina de soja a granel se estimó en USD 403 por cada tonelada, siendo un precio promedio según sus niveles históricos (Bolsa de Cereales de Córdoba, 2020).

La empresa no posee un canal de distribución propio, por lo cual se debe contratar un servicio de logística desde la planta de producción hacia el punto de carga o entrega de mercadería, según corresponda el INCOTERM negociado. El envío se hará por vía marítima en 5 contenedores Bulk- BLK 20' FCL, lo que daría un total de 106 toneladas, ya que la capacidad de cada contenedor es de 21.200kg (ADUANAR, 2020).

Como se expresó anteriormente la exportación será de manera directa, por lo que en este caso a Don Luis SH no le corresponde determinar la manera en la que el importador distribuye su producto en dicho mercado.

El precio FOB de exportación se estimará según los datos de la Bolsa de Comercio y la Bolsa Cereales, ambas de Rosario, quienes proveen información sobre el mercado de granos y oleaginosas a nivel nacional. El precio es orientativo para que el vendedor agropecuario tenga una referencia sobre los valores que se están pagando en el mercado para su cultivo.

Detalles de la carga:

Mercadería: harina de soja (1208.10.00.000 J).

Peso total: 106 TN (toneladas).

INCOTERM: FOB (Free On Board).

Medio de transporte: marítimo.

Servicio: contenedor Bulk- BLK 20' FCL (21.200kg por contenedor).

Origen: Hernando, Córdoba.

Destino: Manila, Filipinas.

Aduana de salida: Rosario, Santa Fe.

Puerto de destino: puerto internacional Cagmat, en Manila.

De esta manera, el precio FOB¹⁰ teniendo en cuenta el valor de U\$S 403 la tonelada de harina de soja:

$$\underline{\text{FOB}} = 106 \text{ toneladas} * \text{U\$S } 403 = \text{U\$S } 42.718^{11}$$

Se deben tener en cuenta otros gastos, tales como:

- Flete interno de planta procesadora a Deposito Fiscal + gastos dentro del mismo.
- Honorarios despachante de aduana en origen (0,8% del valor FOB – Mínimo 300USD).
- Gastos SENASA.
- Emisión del certificado de origen.

El cálculo del precio CIF (Cost, Insurance and Freight) suma el precio FOB, junto con los gastos de transporte internacional y el seguro de la mercadería. Estos precios son aproximados en base a la información disponible en la página oficial del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la nación:

Transporte Internacional Rosario – Manila = U\$S 6.000

Seguro = U\$S 95

$$\underline{\text{CIF}} = (106 \text{ toneladas} * \text{U\$S } 403) + \text{U\$S } 6.000 + \text{U\$S } 95 = \text{U\$S } 48.813^{12}$$

Calculo DDP de exportación (Delivered Duty Paid):

¹⁰ Más información en Anexo 1.

¹¹ Es importante tener en cuenta que los precios posiblemente cambien para el momento en que se efectivice la exportación.

¹² Es importante tener en cuenta que los precios posiblemente cambien para el momento en que se efectivice la exportación.

Este cálculo representa el costo de poner la mercadería en destino; es decir; asumiendo todos los costos y riesgos hasta que la mercadería sea puesta en el lugar acordado con el comprador.

Tabla 12 – Cálculo del precio DDP

Términos	Valor en USD
CIF de exportación	48.813
Derechos de importación (3%)	1.464,39
Servicio de aduana (1%)	488,13
Comisión Despachante de aduana (1%)	488,13
BASE IMPONIBLE DE CALCULO	51.253,65
IVA (12%) ¹³	6.150,43
PRECIO DE EXPORTACIÓN	57.404,08 USD

Fuente: elaboración propia (2020).

El medio de pago considerando la gran cantidad de costos que debe afrontar la empresa para la exportación, sumado a que es la primera vez y por la seguridad que este método otorga, sería adecuada una orden de pago anticipado (50% anticipado y 50% el día de la carga).

Para exportar a Filipinas son necesarios los siguientes documentos:

Tabla 13 – Documentación para exportar

Documentos comerciales
Factura comercial
Factura proforma (opcional)
Packing list
Documentos de transporte
Documento de transporte (Bill of Lading)
Certificados
Certificado de origen
Certificado fitosanitario
Certificado de SENASA
Documentos aduaneros, fiscales y otros
DUA (Documento Único Administrativo)

Fuente: elaboración propia en base a IberGlobal (2019).

Conclusión

¹³ Régimen fiscal de Filipinas extraído de ICEX: <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/mundo/REP2014342522.html#>

En base a lo expuesto en el presente trabajo queda demostrado que los beneficios de la comercialización de la harina de soja son muchos y apuntan a seguir aumentando.

Como se dijo anteriormente, Argentina está atravesando una crisis prolongada, sumado a la actual pandemia de Covid-19. Sin embargo, “Campo Agrícola” posee la ventaja de producir un commodity agrícola con gran demanda, como es la soja. Teniendo en cuenta este panorama y considerando la capacidad de oferta, se identifica como una gran oportunidad comercial Asia, por la fuerte demanda que tienen, siendo el primer importador de soja y sus derivados. De acuerdo al estudio de mercado, influyendo variables que permitieron el conocimiento macro de las condiciones económicas y de comercio exterior de cada nación, y siguiendo el objetivo general, en donde se encontraron mayores oportunidades fue en Filipinas, quien se destaca por ser un gran importador de harina de soja, ya que no logra autoabastecerse. El principal potencial está en la industria de alimento para animales, principalmente las industrias porcina y avícola.

En relación a las acciones a emprender, la empresa debe llevar a cabo todos los pasos para la exportación descriptos en el desarrollo, siempre prestando atención a las variables inmanejables que se presentan a la hora de producir y comercializar oleaginosas.

Para concluir con el presente reporte de casos, se puede indicar el potencial de la empresa para abordar el mismo y cumplir con la operación siguiendo todos los pasos y estrategias propuestas, haciendo previamente los ajustes mencionados para así poder cumplir con la primera exportación de Campo Agrícola exitosamente.

Recomendaciones

Considerando todo lo expuesto hasta el momento, se detallan a continuación las siguientes recomendaciones:

- La empresa posee una gran experiencia en el mercado agropecuario y está en búsqueda de crecimiento permanente, por lo que una opción para poder cumplir con su visión podría ser la compra de una máquina de extracción de la grasa del haba en base de solventes en un mediano plazo (de 2 a 10 años). Con un plan de acción y esta maquinaria, la empresa puede entre otras cosas avanzar a nivel estructura en la cadena de valor, generar valor agregado a su producto, permite comerciar de forma directa con importadores del producto, y también le da la posibilidad de ofrecer este servicio a otros productores si así lo desean.

- Utilizar el informe de CaCEC “la exportación paso a paso” como una herramienta de guía de consulta para la exportación para comprender con claridad todos los conceptos desarrollados en el presente trabajo.
- Recurrir a organismos de promoción de exportaciones como ProCórdoba (<https://www.procordoba.org/>) o ExportArgentina (<https://exportargentina.org.ar/>) para recibir tanto información como asesoramiento, informes técnicos/comerciales y financiación.
- Una herramienta muy útil que a veces se deja de lado son las Embajadas Argentinas dentro de los países donde se quiere exportar. En este caso, enviando un mail a la Embajada Argentina en Filipinas (<https://efili.cancilleria.gob.ar/>), se pueden conseguir informes sobre el consumo del producto que se quiere exportar e importadores del mismo dentro de ese país.
- Más allá de que las ferias internacionales no son algo económico, creemos que es una herramienta crucial para facilitar el proceso de buscar potenciales clientes, optimizar tiempo, además de dar la posibilidad de observar a las empresas que van a ser competencia en un futuro. También existen ferias nacionales que sirven para conocer más sobre el rubro y lograr acuerdos entre productores. Una de las más famosas es la EXPOAGRO, una exposición agropecuaria a campo abierto que se realiza una vez al año en Rosario¹⁴.
- Es necesario elegir el INCOTERM más conveniente para la operación, conocer las normas de origen, aranceles, acuerdos y cargas impositivas. Para esto, es útil que la empresa se asesore con una consultora de comercio exterior y/o con un agente aduanero en el país a exportar.

¹⁴ Para más información sobre ferias nacionales:

https://www.feriasalimentarias.com/main/oblea.asp?id_feria=359

Bibliografía

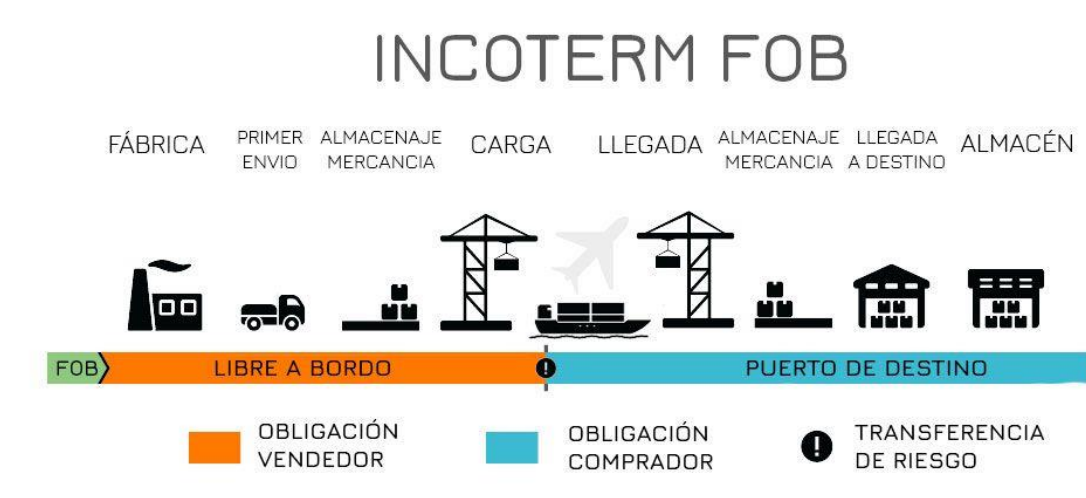
- Abramovich, E. (10 de Septiembre de 2019). *La Nación*. Obtenido de <https://bit.ly/2Y6ZfV>
- ADUANAR. (2020). Obtenido de <https://www.aduanar.com/muestrario-de-contenedores/>
- Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional. (2020). Obtenido de <http://inversionycomercio.org.ar/es/contenido/36-quienes-somos-aaici>
- Agrofy . (17 de Septiembre de 2019). Obtenido de <https://news.agrofy.com.ar/noticia/183023/harina-soja-numeros-detras-principal-producto-exportacion-argentina>
- AgroLatam. (10 de Diciembre de 2018). Obtenido de <https://bit.ly/3aIRC06>
- Agrositio. (29 de Enero de 2020). Obtenido de <https://www.agrositio.com.ar/noticia/208413-4-de-cada-10-dolares-exportados-por-argentina-en-2019-fueron-generados-por-maiz-trigo-y-soja>
- AgroVoz. (2 de Marzo de 2020). Obtenido de <http://agrovoz.lavoz.com.ar/agricultura/achican-otro-48-pronostico-de-cosecha-de-soja-por-debajo-de-50-millones-de-toneladas>
- Andreani, P. (2020). *AgriPAC Consultores*. Obtenido de <https://bit.ly/3cSp85s>
- Argentina Trade Net. (2020). Obtenido de <https://www.cancilleria.gob.ar/es>
- Argentina.gob.ar. (2020). Obtenido de <https://www.argentina.gob.ar/obtener-el-certificado-para-la-exportacion-de-organismos-geneticamente-modificados-ogm>
- Bolsa de Cereales de Rosario. (23 de Agosto de 2018). Obtenido de <https://bit.ly/3aM7uiJ>
- CaCEC. (2019). Obtenido de https://www.cacec.com.ar/uploads/medialibrary/ArchivosVarios/ARCHIVO_2_1550515916.pdf
- Ciani, R., Reus, A. & Aramayo M. (2018). *Secretaría de Mercados Agropecuarios*. Obtenido de https://www.magyp.gob.ar/sitio/areas/ss_mercados_agropecuarios/areas/granos/_archivos/000061_Informes/900001_Destino%20de%20la%20Producci%C3%B3n%20Argentina%20de%20Soja.pdf
- Coface. (2020). Obtenido de <https://www.coface.com.ar/Noticias-y-Publicaciones/Publicaciones/Mapa-evaluacion-Riesgo-Pais-Febrero-2020>
- Consejo Agropecuario del Sur. (Agosto de 2017). Obtenido de <https://bit.ly/3bHC51U>
- Contreras, E. (2009). *Cepal*. Obtenido de https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/7/35117/ev_social_ILPES_2009_4_multicriterio.pdf
- Cooperación Interamericana de Inversiones (CII). (2019). Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFc%C3%B3mo-elegir-el-mercado-al-cual-exportar>
- D'Angelo, L. R. (2020). *Perspectivas del Mercado de Soja*. Secretaría de Agroindustria.
- Despegar.com. (2020). Obtenido de <https://www.despegar.com.ar/shop/flights/search/roundtrip/COR/mnl/2021-05-11/2021-05-17/1/0/0/NA/NA/NA/NA/NA/?from=SB&di=1-0&reSearch=true#showModal>
- FADA. (2019). *El Campo Argentino en Números*. Rio Cuarto - Córdoba: Fundación FADA.

- FADA. (2020). *Índice FADA de Marzo 2020*. Rio Cuarto - Córdoba: Fundación FADA.
- Gasalla, J. (26 de Enero de 2020). *Infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/economia/2020/01/26/la-argentina-cumple-un-ano-con-una-inflacion-por-encima-del-50-anual/>
- GOV.PH. (2020). Obtenido de <https://www.gov.ph/business-and-trade>
- IberGlobal . (2019). Obtenido de http://www.iberglobal.com/files/2018-2/filipinas_afi.pdf
- ICESI. (26 de Septiembre de 2008). Obtenido de <https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/09/26/oportunidades-comerciales/>
- incoterm.online. (2020). Obtenido de <https://otraempresa.com/incoterms/fob/>
- infobae. (3 de Marzo de 2020). Obtenido de <https://www.infobae.com/economia/2020/03/03/confirmado-el-gobierno-aumentara-las-retenciones-a-la-soja-de-30-a-33-por-ciento/>
- infobae Económico. (3 de Marzo de 2020). Obtenido de <https://www.infobae.com/economia/2020/03/03/confirmado-el-gobierno-aumentara-las-retenciones-a-la-soja-de-30-a-33-por-ciento/>
- InfoCampo. (6 de Enero de 2020). Obtenido de <https://bit.ly/2W6iwtQ>
- INTA. (2009). *Análisis de la cadena de soja en la Argentina*. https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-cadena_soja.pdf.
- International Monetary Fund . (2020). Obtenido de <https://www.imf.org/en/Topics/imf-and-covid19/Policy-Responses-to-COVID-19>
- Jaimovich, D. (12 de Diciembre de 2017). *Infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/tendencias/innovacion/2017/12/10/argentina-invierte-7-veces-menos-en-investigacion-y-desarrollo-que-los-paises-mas-innovadores/>
- La Nación. (18 de Septiembre de 2019). Obtenido de <https://www.lanacion.com.ar/economia/campo/industria-soja-con-mirada-negociaciones-acuerdos-comerciales-nid2288844>
- Melo, J. M. (3 de Marzo de 2020). *Infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/economia/2020/03/03/confirmado-el-gobierno-aumentara-las-retenciones-a-la-soja-de-30-a-33-por-ciento/>
- Mendez, M., Covacevich, M. & Capurro, J. (2010). *INTA*. Obtenido de <https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-procesamiento-del-grano-de-soja-en-la-provincia-de-sa.pdf>
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto. (2018). Obtenido de <file:///C:/Users/agust/Downloads/Harina%20de%20soja-%20filipinas.pdf>
- Neyra, H. (11 de Septiembre de 2018). *El Cronista*. Obtenido de <https://www.cronista.com/columnistas/Argentina-es-una-economia-cerrada-Manual-para-el-buen-uso-del-termometro-20180910-0050.html>
- NFerias. (2020). Obtenido de <https://www.nferias.com>

- Nosis*. (2020). Obtenido de <https://explorer.nosis.com/es/Analisis/Principal/294?esContraparte=False&esWizard=False>
- Paz, J. (25 de Junio de 2019). *El Economista*. Obtenido de <https://eleconomista.com.ar/2019-06-apertura-y-crecimiento-lo-que-muestran-los-datos/>
- Peiró, R. (2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html>
- Penta Transaction*. (2020). Obtenido de https://v5.penta-transaction.com/telematica_v4/telematica_v4.jsp
- Piqueras, V. Y. (27 de Noviembre de 2018). *Universidad Politécnica de Valencia*. Obtenido de <https://victoryepes.blogs.upv.es/tag/saaty/>
- Pisani Claro, N. & Miazzi, D. (Septiembre de 2019). *Fundación FADA*. Obtenido de <file:///C:/Users/agust/Downloads/El%20campo%20argentino%20en%20números%2019.pdf>
- Santander Trade*. (2020). Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/argentina/politica-y-economia>
- SENASA*. (2019). Obtenido de <http://www.senasa.gob.ar/cadena-vegetal/cereales/comercio/exportacion/requisitos-generales>
- Smink, V. (13 de Septiembre de 2019). *BBC*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-49670049>
- Tarifar*. (2020). Obtenido de <https://bit.ly/2KC34A5>
- TodoElCampo*. (22 de Marzo de 2015). Obtenido de <https://bit.ly/3cMYvyY>
- Trade Map*. (2020). Obtenido de <https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=608&partner=032&product=120810&level=6>
- Universidad Siglo 21*. (Mayo de 2020). Obtenido de <https://siglo21.instructure.com/courses/7641>

Anexos

Anexo 1 – Obligaciones para el INCOTERM FOB









Fuente: captura de incoterm.online (2020).

Anexo 2 - Valor estimado para concurrir a la feria internacional elegida

En el caso de que la empresa elija la 13^a edición de la IFEX (International Food Expo), a realizarse en mayo del 2021, en Manila, se puede registrar en la página oficial de la misma, www.ifexphilippines.com, y participar tanto como expositor o como visitante, variando el precio de la misma por esto, y la cantidad de días que se quiera asistir (1 o los 3 días que dura). A continuación, podemos ver un estimado de los que saldría el traslado y estadía para una persona desde Córdoba, Argentina, hasta Manila, Filipinas.

Un estimado del pasaje lo podemos ver en la siguiente captura, aunque los precios varían diariamente, por lo que es difícil planificar con tanta anticipación:

- **Viaje aéreo**

→IDA mar. 11 may. 2021		COR Córdoba	MNL Manila	Equipaje	Precio por adulto \$ 105.006	
	19:00	3 escalas -○-○-○-	19:10 +2 37h 10m		1 Adulto \$ 105.006	Imp. y tasas \$ 107.446
←VUELTA lun. 17 may. 2021		MNL Manila	COR Córdoba	Equipaje	Precio final \$ 233.465 Incluye Impuesto PAIS	
	21:30	3 escalas △ -○-○-○-	08:30 +2 46h		Seleccionar ¡Hasta en 12 cuotas! Ver bancos y tarjetas	
	21:30	3 escalas -○-○-○-	09:35 +2 47h 5m			

Fuente: captura de Despegar.com (2020).

Pasajes para una persona con impuestos incluidos, conlleva valor de U\$S 3304,06 (cotización del día 04/07/2020, abierta a cambios).

○ **Estadía**

Manila Crown Palace Hotel

Página web: <https://www.manilacrownpalace.com/>

Valor por noche: \$ 2.433

Valor 6 noches: \$ 14.596 = U\$S 206,57 (al 04/07/2020).

El total por persona para estar 6 noches en el país sería de: **U\$S 3.510,63** (sin incluir comidas ni ingreso a la feria).