

# Universidad Siglo 21



**Licenciatura en Comercio Internacional**

Trabajo Final de Grado: Reporte de Caso

**Identificación de Oportunidades de Negocios en Latinoamérica para los vinos  
de Finca La Emilia S.R.L.**

Julian Albarracin

DNI: 32546843

Legajo: VCIN04537

Tutora: Sofía Bulacio

2022

## **Resumen**

En el presente Trabajo Final de Graduación se plantea la propuesta de detectar oportunidades de negocios en Latinoamérica para Finca La Emilia, una PyME familiar establecida en Colonia Caroya que se dedica a la producción de vinos de gran calidad, con el fin de generar una mejora en la rentabilidad, un incremento de la especialización y dar a conocer la zona de Colonia Caroya como región productora de vinos de alto valor. A través de las herramientas de detección de mercado se seleccionó a Brasil como mercado objetivo para una primera experiencia de exportación, luego se analizó la relevancia de los acuerdos comerciales entre Argentina y Brasil y, posteriormente, se detalló el proceso correspondiente a una exportación de vinos desde Argentina. Finalmente se definió el destino comercial hacia una tienda de venta online especializada planteando un negocio teniendo en cuenta la modalidad logística habitual, costos de producción, operativos, logísticos y aduaneros reales y actualizados, ofreciendo las alternativas de incoterms FOB, CIP o DDP.

Palabras clave: Industria Vitivinícola; Finca La Emilia; Oportunidad de Negocios; Vinos; Malbec.

## **Abstract**

In this final graduation project, the proposal is to detect business opportunities in Latin America for Finca La Emilia, a family SME established in Colonia Caroya, which is dedicated to the production of high quality wines, in order to generate an improvement in profitability, an increase in specialization and making the Colonia Caroya area known as a region that produces high-value wines. Through the market detection tools, Brazil was selected as the target market for the first export experience, then the relevance of the commercial agreements between Argentina and Brazil was analyzed and subsequently, the process corresponding to an export of wines from Argentina was detailed. Finally, the commercial destination was defined towards a specialized online sales store, proposing a business considering the usual logistics modality, real and updated production, operational, logistics and customs costs, offering the alternatives of FOB, CIP or DDP incoterms.

Keywords: Wine Industry; Finca La Emilia; Business Opportunity; Wines; Malbec.

## Índice

<b>Resumen y Abstract</b> .....	1
<b>Índice</b> .....	2
<b>Índice de Ilustraciones, Gráficos, Tablas y Diagramas</b> .....	3
<b>Introducción</b> .....	4
<b>Análisis de la Situación</b> .....	6
<i>Análisis Interno</i> .....	6
<i>Análisis del Sector Doméstico</i> .....	8
<i>Factor Político y Económico</i> .....	8
<i>Factor Social</i> .....	11
<i>Factor Tecnológico y Ecológico</i> .....	11
<i>Factor Legal</i> .....	13
<i>Análisis de las importac. y exportac. mundiales (competidores y potenciales clientes)</i> .....	13
<b>Diagnóstico y Discusión</b> .....	17
<b>Marco Teórico</b> .....	20
<b>Propuesta Profesional</b> .....	22
<i>Desarrollo del plan de implementación</i> .....	22
<i>Resultado de la Propuesta</i> .....	26
<b>Conclusiones y Recomendaciones</b> .....	29
<b>Bibliografía</b> .....	31
<b>APÉNDICES</b> .....	36
<b>ANEXOS</b> .....	41

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Organigrama Finca La Emilia.....	7
Ilustración 2. Matriz FODA de Finca La Emilia .....	7

## Índice de Gráficos

Gráfico 1. Principales países importadores de vino durante el 2021 (en miles de USD).....	14
Gráfico 2. Principales países exportadores de vinos durante 2021 (en miles de USD).....	15

## Índice de Tablas

Tabla 1. Principales países importadores de vinos durante el 2021 (en millones de litros) .....	14
Tabla 2. Top 10 Países que más litros exportaron durante 2020 (en millones de litros).....	16
Tabla 3. Top 5 Países latinoamericanos importadores de vinos durante 2021.....	22
Tabla 4. Matriz Multicriterio. ....	23
Tabla 5. Acuerdos Comerciales.....	24
Tabla 6. Armado preliminar de precio de Exportación.....	27
Tabla 7. Síntesis del armado de precios utilizando la calculadora FOB.....	28

## Índice de Diagramas

Diagrama 1. Proceso de Exportación de Vinos.....	25
--	----

## Introducción

El presente Trabajo Final de Grado consiste en identificar posibles oportunidades de negocios en Latinoamérica para proponer a la empresa Finca La Emilia S.R.L. una alternativa de internacionalización viable y sostenible en el tiempo, que represente una maximización de la rentabilidad, una mejora en la especialización (administrativa, comercial) y diversificación de la oferta, y contribuya con la tarea de dar a conocer las virtudes de la zona de Colonia Caroya como región vitivinícola de primer nivel. El marco temporal en el cual se desarrolla este Trabajo Final de Grado es el segundo semestre del año 2022, en un contexto internacional de salida paulatina de la pandemia de Covid-19, y con la guerra entre Rusia y Ucrania todavía en pleno desarrollo.

Finca La Emilia es una PYME de tipo familiar y relativamente joven, ya que fue fundada como tal a mediados de los noventa en Colonia Caroya, Provincia de Córdoba. En aquel momento contaba con duraznos y uvas tradicionales de la región y traía desde su génesis arraigada la intención del fundador: replicar el modo de vida que había tenido de niño en ese tipo de establecimientos, el concepto de finca tradicional familiar, pero logrando una sostenibilidad económica adaptada a los tiempos actuales (Universidad Siglo 21, 2022).

Durante el año 2004 surgió la posibilidad de elaborar vinos de alta calidad a través de la utilización de uvas muy buenas incorporando cepas finas provenientes de Italia, y la empresa se embarcó en una reconversión replantando totalmente el viñedo con las variedades de Merlot, Cabernet y Malbec que pudieron comercializarse finalmente luego de cinco años de arduo trabajo, cuidado del producto, asistencia profesional tanto de expertos enólogos, como de técnicos encargados de poner a punto la maquinaria adaptándola a las nuevas variedades implementadas. Se requirió, posteriormente, de una importante inversión económica para la compra de las barricas de roble necesarias para finalizar la crianza de los nuevos vinos y lograr así el salto de calidad pretendido (Universidad Siglo 21, 2022).

Fruto del esfuerzo, innovaciones, inversiones y sacrificio de la familia y sus colaboradores, durante los años 2008 y 2009 la empresa ganó algunos premios de concursos nacionales debido a la calidad de su vino, lo cual generó un importante impacto e incentivo tanto para Finca La Emilia como para toda la región de Colonia Caroya y Jesús María, motivando también a otros productores a concursar y ganar premios fuera de la provincia de Córdoba. Estos reconocimientos elevaron el

status del sector, abriendo oportunidades comerciales en restaurantes, hoteles de alta gama, vinotecas y circuitos turísticos de alto nivel adquisitivo (Universidad Siglo 21, 2022).

Lograda esta madurez del producto, desde el punto de vista de la calidad, y atendiendo a que es una empresa familiar, con una producción limitada en cuanto a su volumen y estructura (física y de personal), el desafío es decidir si mantenerse en su estado actual, o intentar conquistar otros mercados (Universidad Siglo 21, 2022).

La existencia de otros casos exitosos dentro de la provincia de Córdoba en cuanto a internacionalización, tales como La Caroyense a Taiwán y Perú, Bodega Las Cañitas a Beijing y Shanghái, y fuera de la provincia Bodega Miras desde la Patagonia hacia Brasil, Chile, Bolivia, Perú, Estados Unidos, Canadá, Alemania y Bélgica, dan cuenta de la viabilidad de analizar un mercado Latinoamericano en busca de oportunidades comerciales.

Es importante mencionar que el comercio internacional entre los países latinoamericanos está regulado y motivado por numerosos acuerdos comerciales a los cuales Argentina adhiere. También resulta conveniente incursionar inicialmente en proyectos de exportación en Latinoamérica donde las barreras culturales son bajas, el proceso logístico es relativamente sencillo por la proximidad geográfica, lo que se traduce en menores costos, y donde se detectan cambios de hábitos de consumo y tendencias de manera más uniforme entre países.

De esta forma quedan definidos los objetivos del presente TFG de la siguiente manera:

Objetivo General: Identificar una oportunidad comercial en Latinoamérica para la variedad Malbec de Finca La Emilia que garantice un ingreso exitoso para el año 2023.

Objetivos Específicos:

- Seleccionar el mercado latinoamericano más atractivo para la exportación de los vinos de Finca La Emilia.
- Exponer los acuerdos comerciales y los beneficios que puedan representar para la exportación del producto bajo análisis.
- Describir el proceso exportador al mercado seleccionado.

## Análisis de la Situación

### *Análisis Interno*

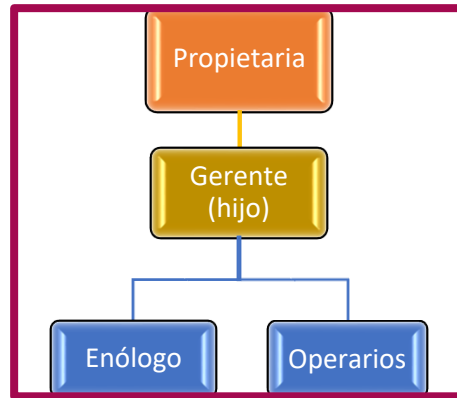
La historia de Finca La Emilia puede sintetizarse en el accionar de dos generaciones: la generación fundadora, que implementó el desarrollo agrícola levantando los viñedos y aportando sus experiencias de otra época; y la generación posterior y actual, que hoy tiene a cargo la dirección de la empresa, y que aporta una mirada más moderna, con enfoque de marketing, avances tecnológicos, especialización y la visión de lograr que Colonia Caroya pase a ser considerada una zona productora de vinos de alta gama, dado que la región posee características climáticas muy similares a países como Francia e Italia donde la calidad de los vinos ha demostrado una importante evolución.

Por lo tanto, partiendo de los mandatos institucionales originales, tales como la continuación del funcionamiento de la finca para mantener el concepto de tradición familiar y encontrarle una salida económica a dicha producción, se ha podido plasmar una misión bien definida con la incorporación de las nuevas generaciones: convertirse en un pequeño establecimiento *boutique* que continúe la tradición *aggiornándose* a los nuevos tiempos. Parte de esta adaptación a los nuevos tiempos es afrontar la decisión de continuar en la misma situación o intentar vender parte de la producción en el exterior (Universidad Siglo 21, 2022).

Este dilema es bastante habitual en las empresas de origen familiar y de estructura reducida (de hecho, ha sido objeto de estudio y abordado por diversos autores), principalmente debido a la falta de profesionalización y la vigencia de una visión y misión plasmadas en otra época, antes de que el mundo avanzara hacia la globalización. En el caso puntual de Finca La Emilia no se advierte esta limitación para la actual generación ya que las acciones se dirigieron a la evolución del producto y la exaltación de las cualidades de la región hacia afuera por lo que se pretende aprovechar ese nuevo status del sector para ampliar las fronteras comerciales.

En la actualidad, el organigrama de Finca La Emilia presenta una disposición vertical, partiendo de su propietaria quien delega en su hijo la totalidad de la gerencia del emprendimiento y se dispone estacionalmente de la asistencia de un enólogo y de operarios sólo en la época de mayor trabajo, mediante contratos temporales. Por lo tanto, el único personal fijo y estable son su dueña y su hijo, que se desempeña como Gerente.

Ilustración 1. Organigrama Finca La Emilia

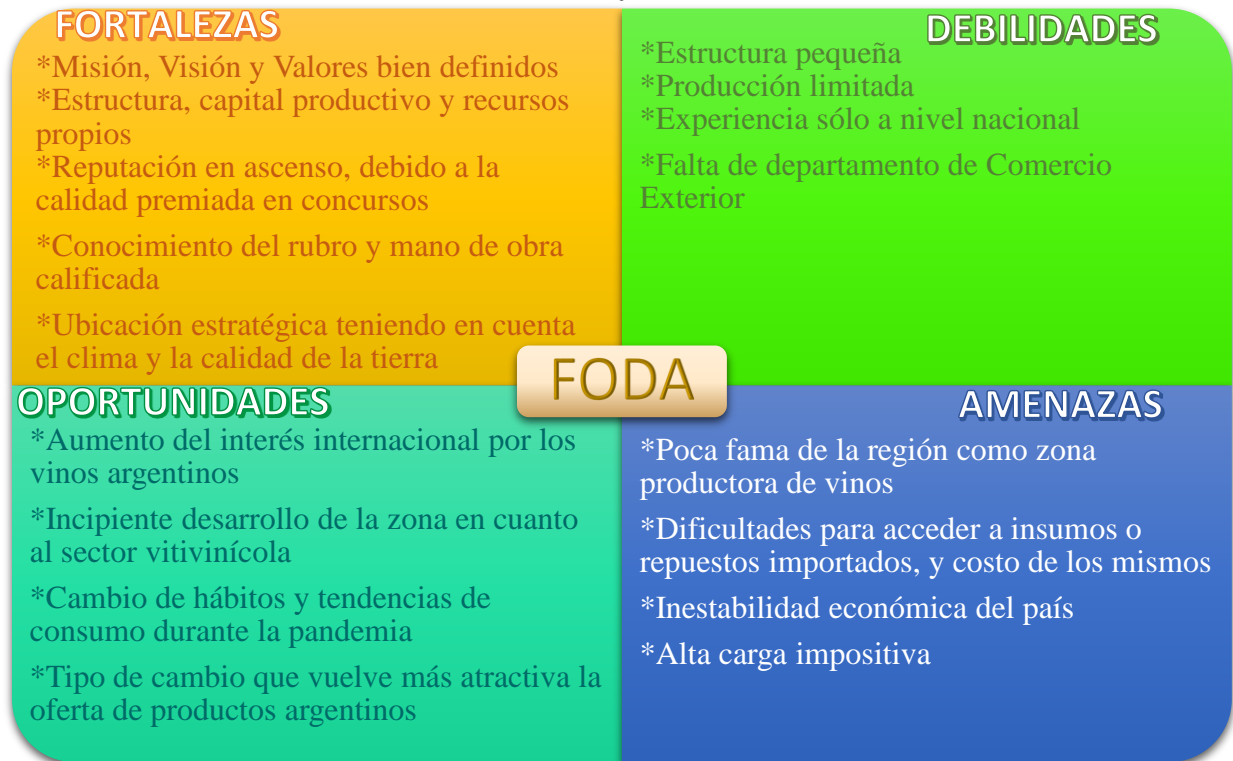


Fuente: Elaboración propia en base a Universidad Siglo 21 (2022).

*Matriz FODA*

Con el fin de avanzar en el análisis interno de la empresa se realiza una matriz FODA. Esta herramienta atribuida al ingeniero químico y consultor empresarial estadounidense Albert S. Humphrey fue desarrollada en la década del 60 y conserva su vigencia como herramienta de diagnóstico organizacional (Guimerà, 2019).

Ilustración 2. Matriz FODA de Finca La Emilia



Fuente: Elaboración Propia.



### *Análisis del Sector Doméstico*

Los aspectos de la actualidad argentina se analizan por medio de un Análisis PESTEL, para exponer aquellos que puedan influir o afectar a la empresa de cara a un eventual proyecto de exportación. El origen de la herramienta se remonta a un ensayo titulado *Análisis macro-ambiental en gestión estratégica* publicado en 1968 por los teóricos Liam Fahey y V. K. Narayanan y en principio sólo se limitaba a los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos (PEST). Luego se agregaron los factores Ecológicos y Legales para representar de una manera integral las condiciones del entorno inmediato de la empresa (Peiró, 2017).

#### *Factor Político y Económico*

La contribución de la vitivinicultura al PBI argentino representó en el año 2017 un 0,4%. En una primera lectura podría parecer una participación baja, sin embargo si se tiene en cuenta que la superficie de la Argentina es de aproximadamente 2,8 millones de km<sup>2</sup>, y la vitivinicultura se desarrolla en 0,1% de esa superficie, nos encontramos con una actividad que multiplica por 4 su participación en el PBI con relación a la superficie que ocupa. Por lo tanto se la considera de amplia distribución territorial, poca superficie y alto valor agregado (Uncuyo.edu.ar, 2017).

La actualidad económica del país es compleja. El año 2022 finalizó con más de 10 tipos de cambio diferentes según el fin para el cual se adquieran (ahorro doméstico, compra de bonos, gastos en el exterior, compra de insumos industriales, entre otros), siendo la última incorporación el Dólar Soja a través del cual el gobierno buscó tentar a los productores a liquidar sus exportaciones en un valor superior, representando una devaluación encubierta con la excusa de la temporalidad, un beneficio a un único sector productivo y en detrimento del resto de los sectores con el único afán de conseguir divisas de forma rápida.

En la misma línea genera particular expectativa en el sector el reciente anuncio del Dólar Vino a inicios de marzo, durante la Fiesta de la Vendimia 2023. Este nuevo tipo de cambio representará un estímulo a las exportaciones del sector vitivinícola (Diario de Cuyo, 2023).

La inflación acumulada de 2022 cerró en un 94,8%, la más alta desde 1991. Esto afecta de manera negativa tanto el poder adquisitivo de las familias como la estructura de costos de las empresas, sobre todo de las PyMEs (Indec, 2023).

El último Relevamiento de Expectativas del Mercado elaborado por el Banco Central en enero de 2023 proyecta para el año en curso una inflación de 98,4% (Cronista.com, 2023).

En cuanto a la balanza comercial se registró durante el año 2022 un superávit de U\$S 7000 millones, un 53% más bajo que el año anterior. Las exportaciones alcanzaron los U\$S 88.493 millones, representando un 13% más que durante 2021, mientras que las importaciones fueron por U\$S 81.593 millones, 29% más que el año anterior (Infobae, 2023).

El escenario para 2023 es aún más complejo debido a dos factores, uno externo y otro interno. Por un lado, el pronóstico de una desaceleración en el crecimiento de la economía mundial y una moderación respecto a los precios de las *commodities*, sumado a la lucha en los principales países por bajar la inflación mediante la suba de tasas, lo cual incrementaría el efecto de la desaceleración. Por otro lado, la sequía reducirá considerablemente las exportaciones de productos agrícolas y los precios internacionales no serán suficiente para compensar esas mermas. Por eso será todo un desafío sostener el superávit, sin contar los vencimientos de deuda que también requerirán reservas. Muy probablemente se mantengan o se agudicen las restricciones a las importaciones durante 2023 (Ámbito, 2023).

Con respecto al Riesgo País, al inicio del mes de Marzo de 2023 alcanzó los 2117 puntos, generando preocupación en los mercados, junto a la caída en el valor de los bonos argentinos en pesos y en dólares. La importancia de éste índice radica en que determina a qué tasas el país, sus gobiernos y las empresas pueden tomar deuda en el exterior. Es un termómetro para calificar la credibilidad crediticia ante inversionistas extranjeros y sus fluctuaciones se deben a múltiples factores, como el entorno macroeconómico, la estabilidad política, y el marco jurídico e institucional (Ámbito, 2023).

Se analizan ambos factores (Político y Económico) como un conjunto ya que están estrechamente relacionados, en un contexto de falta de reservas en el país y de medidas adoptadas desde la política para afrontar esta situación que afectan de diferente manera a las industrias argentinas. Por un lado, la escasez de divisas podría significar (desde una mirada optimista y liberal) un incentivo para toda actividad exportadora ya que es la forma ideal de ingresar dólares a la economía de un país mediante el intercambio comercial. Pero al analizar las medidas adoptadas por el gobierno, prácticamente desde la asunción de la actual administración de Alberto Fernández en 2019 el principal problema que afrontan las empresas, aparte de la elevada carga impositiva, es

la dificultad para acceder al mercado oficial de divisas para importar repuestos e insumos necesarios para los procesos productivos. Esta situación se fue agravando gradualmente y comprende dos cuestiones que preocupan al sector vitivinícola: la demora en acceder al mercado oficial de divisas y la brecha cambiaria.

Durante el mes de julio de 2022 la cúpula de la Corporación Vitivinícola Argentina (Coviar) mantuvo reuniones con el Ministerio de Producción para manifestar la preocupación por las restricciones a las importaciones y por el atraso cambiario. Según los dirigentes de la Coviar, cada dólar exportado se liquida a \$130 menos las retenciones (4,5% sobre el precio de venta), mientras que los insumos necesarios para producir se importan a un valor cercano al dólar blue (\$323 al momento del reclamo). Esta brecha cambiaria superior al 100% representa una pérdida importante de competitividad (Enolife.com, 2022).

A principios del mes de agosto se ha avanzado en las negociaciones entre el sector y el gobierno logrando reducir de 180 a 90 días el período de espera para conseguir los dólares a precio oficial para pagar los insumos importados tales como tapones sintéticos, tapas a rosca, cápsulas, bozales para espumantes, tapas de aluminio, papel, cartón y productos laminados de acero inoxidable. Esta medida, dispuesta por el Banco Central de la República Argentina (BCRA) a través de Comunicado A 7562, significó un alivio para las empresas (Ámbito.com, 2022).

Argentina forma parte del MERCOSUR y en el marco de este bloque cuenta con un régimen de preferencias arancelarias entre los países que lo componen y a su vez representa un trampolín en cuanto a negociaciones con otros mercados. A través del MERCOSUR se han iniciado contactos comerciales con otros bloques económicos y países como Canadá, República de Corea y Singapur.

Es tal la importancia de la vitivinicultura para la economía argentina que durante febrero de 2021 las autoridades del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) y de la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) firmaron acuerdos de cooperación entre la Cancillería y el sector productivo con el fin de capacitar a los embajadores y personal diplomático y consular sobre las bondades del vino argentino, el proceso productivo, la oferta exportable, la diversidad de productos y regiones, de tal forma que las embajadas argentinas en el mundo se comporten como oficinas comerciales y ayuden a la construcción de una marca país (Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, 2021).

Las PyMEs cordobesas cuentan con el apoyo de la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba (CaCEC) y de la Agencia ProCórdoba que articulan entre el sector privado y diversos ministerios públicas políticas destinadas al incentivo de la actividad exportadora tales como asesoramiento, organización e invitación a rondas de negocios, nexos entre exportadores e importadores de diversos mercados y también ayuda financiera como el programa recientemente anunciado: Córdoba Exporta, que representa un fomento a las exportaciones para las empresas radicadas en la provincia que logren aplicar para conseguir el beneficio (CaCEC, 2022).

#### *Factor Social*

El perfil del consumidor de vinos, tanto en Argentina como a nivel internacional, ha cambiado y evolucionado. El consumidor de vinos actual es más joven, informado, curioso y se acerca a la bebida nacional a través de experiencias que antes no guardaban tanta relación como el arte, la gastronomía o el turismo. Las bodegas son conscientes de este cambio social que presenta un consumidor menos leal, más exigente y deseoso de innovaciones, y se fueron adaptando, participando de acciones vinculadas a la cosmética, asociando las marcas al arte, con lanzamientos de muestras en galerías y museos, en el segmento automotriz con presencia en el Salón del Automóvil y en carreras de regularidad de autos clásicos. Por el lado de la gastronomía, hotelería y turismo, surgieron opciones como el menú maridado, ciclos gastronómicos, capacitaciones con enólogos, la Ruta del Vino, posadas dentro de los viñedos y hasta cruceros especialmente diseñados para los amantes del vino (Vida Positiva, 2022).

También resulta importante destacar el aumento en el consumo de vinos durante la pandemia y la proliferación de nuevos canales de comercialización para este nicho más exigente. De esta forma han surgido servicios de *delivery* de vinos y un fuerte impulso del *e-commerce* desde las mismas bodegas (Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana, 2020).

#### *Factor Tecnológico y Ecológico*

La sustentabilidad de los insumos, del proceso productivo y del impacto ambiental que de ellos se deriva es una preocupación actual de la mayoría de las industrias, y el sector vitivinícola no está exento, tanto por la creciente consciencia de los productores y consumidores locales, como por los requerimientos actuales de los mercados externos. Cada vez son más los países que requieren la utilización sostenible de los recursos naturales y ecosistemas. Es por eso que la actividad cuenta con un Protocolo de Autoevaluación de Sustentabilidad Vitivinícola de Bodegas de Argentina elaborado con la participación del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), el

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), la Facultad de Ciencias Agrarias y la colaboración de la entidad Bodegas de Argentina. Actualmente desde la Facultad de Ciencias Agrarias y en conjunto con Bodegas de Argentina se lleva a cabo un programa de capacitación a través del cual se puede implementar la Guía para acceder a la Certificación del Protocolo (Enolife.com, 2020).

Durante el 5 y el 7 de noviembre de 2019 se llevaron a cabo jornadas de trabajo en las instalaciones del INTA de Mendoza y de San Juan donde participaron los directores de Coviar, autoridades provinciales, del INTA, del Consejo Federal de Ciencia y Tecnología (Cofecyt), además de desarrolladores y proveedores de tecnología. El foco de este Foro fue exponer tecnologías y avances científicos en la búsqueda de producción segura, sostenibilidad ambiental y energética, automatismo e Internet de las cosas aplicados a la producción de uvas y elaboración de vinos. De esta forma, tanto proveedores de tecnología como sus usuarios, dieron a conocer los principales desarrollos para el manejo preciso del viñedo, uso óptimo de recursos agua-suelo y planta, aplicaciones de inteligencia artificial y automatismos en bodega. Disertaron especialistas técnicos de empresas, institutos de investigación y académicos de Argentina, Chile, Brasil y España (Coviar, 2019).

Por otro lado, una de las consecuencias que dejó la pandemia del Covid-19 es la falta de vidrio a nivel mundial para producir botellas. Esta situación cobra especial relevancia teniendo en cuenta que durante la pandemia el consumo de vinos se incrementó, y que el 60% del vino producido se envasa en botellas de vidrio. El sector vitivinícola, que viene demostrando un compromiso con la sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente, ya viene trabajando en alternativas al vidrio como envase, más que por la escasez, por la huella de carbono que genera y el impacto ambiental que produce el vidrio transportado por mar. Es así que puede verse un incremento de desarrollos en esta dirección, entre los cuales se pueden mencionar el vino de grifo tirado en copas, el envasado en tanques de acero inoxidable de hasta 20 litros para vender a hoteles, bares y restaurantes, la aparición del vino en lata de aluminio, que obtuvo gran aceptación en el mercado. Por estas nuevas aplicaciones puede verse en el conjunto sector vitivinícola-Organismos estatales (ya que algunas de estas alternativas han motivado cambios en normativas existentes) un compromiso con la sustentabilidad y la producción amigable con el medio ambiente (Agrositio, 2021).

### *Factor Legal*

El organismo más importante en cuanto a la regulación de la actividad Vitivinícola es el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV).

La elaboración del vino se encuentra regulada por la ley 22.667 (Regulación de Elaboración del Vino) de 1982 y la ley 14.878 (Ley General de Vinos), promulgada en 1959.

El Instituto Nacional de Vitivinicultura, según el Artículo 10 de la ley 22.667, dicta las normas de contralor, autorización y fiscalización para traslados locales e interprovinciales de vinos, mostos y demás productos comprendidos en la Ley 14.878

El mismo organismo, según el artículo 12 de la misma ley, a los efectos de la certificación de origen y la denominación de vinos regionales, fija las zonas o regiones vitivinícolas dentro de cada provincia y las que se sitúen en territorios de varias provincias. Asimismo, determina las características analíticas y organolépticas a las que deben ajustarse los vinos para acceder a la mencionada denominación (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, 1982).

El Instituto Nacional de Vitivinicultura fue creado por la ley 14.878 que establece su estructura, sus funciones y su alcance. Además, mediante esta ley se definen los diferentes tipos de vinos y sus categorías según su graduación alcohólica, tipo de envase, entre otros parámetros; los diferentes tipos de mosto y otros productos derivados de la uva (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, 1959). Este organismo también es el encargado de proveer a las empresas del Certificado de Análisis de Aptitud de Exportación, necesario para presentar ante las autoridades aduaneras, y las bodegas que deseen exportar deben estar inscriptas primero ante la DGA en el registro de Importadores y Exportadores de la República Argentina, y luego gestionar la inscripción como Exportador de Productos Vitivinícolas en el INV (Ventanilla Única de Comercio Exterior, s.f.).

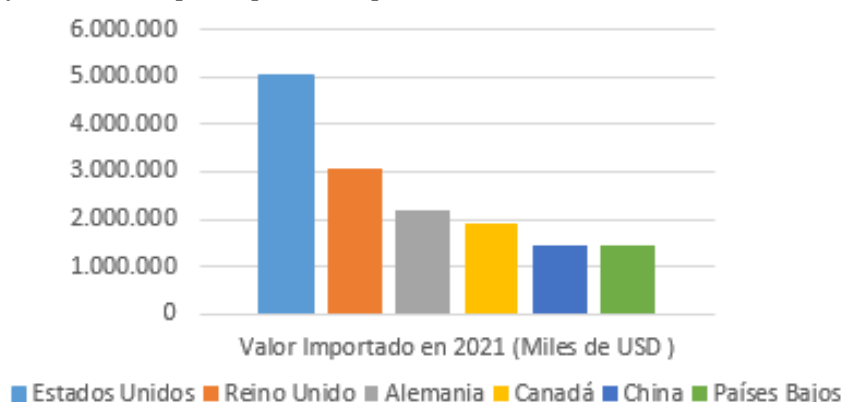
### *Análisis de las importaciones y exportaciones mundiales (competidores y potenciales clientes)*

La NCM del producto bajo análisis es 2204.21.00 y se compone de la siguiente manera: Partida 2204 - Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 2009; Subpartida 2204.2 - Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol; Línea Arancelaria 2204.21.00 - - En recipientes con capacidad inferior o igual a 2 lts. (Argentina.gob.ar).

Para ilustrar la situación global relativa al comercio de vinos y la relevancia de cada país con respecto a su nivel de participación, tanto en importaciones como en exportaciones, se analizan las transacciones referentes a la posición arancelaria en diversas plataformas que se sirven de información aduanera, por ejemplo, TradeMap en este caso, y también de fuentes de información secundaria como publicaciones especializadas en el rubro.

Del análisis surge que la lista de los seis principales países importadores de vinos, expresada en US\$, es liderada por Estados Unidos, y luego le siguen Reino Unido, Alemania, Canadá, China y muy cerca Países Bajos, tal como puede verse en el gráfico a continuación.

Gráfico 1. Principales países importadores de vino durante el 2021 (en miles de USD).



Fuente: Elaboración Propia con datos de TradeMap para la posición arancelaria 2204.21

Hay que tener en cuenta que el ranking anterior se refiere a valor importado en unidades monetarias, y no necesariamente es sinónimo de volumen importado. Si se analiza por volumen, las posiciones cambian:

Tabla 1. Principales países importadores de vinos durante el 2021 (en millones de litros)

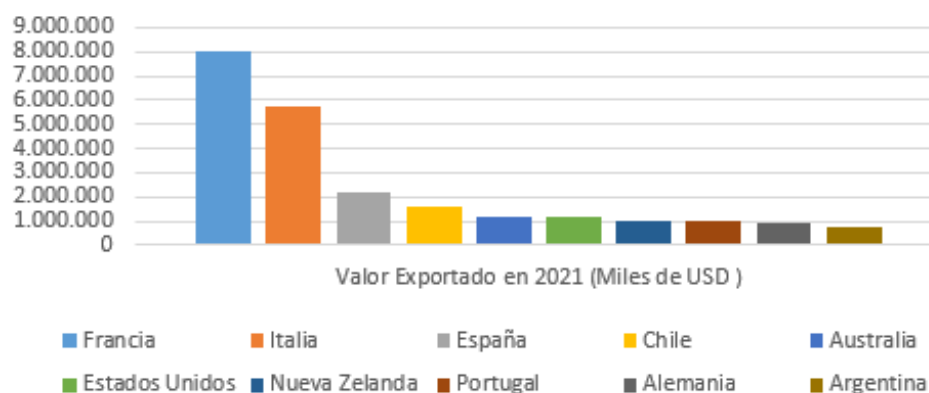
1º Alemania	1462
2º Reino Unido	1374
3º Estados Unidos	1361
4º Francia	604
5º Países Bajos	499
6º China	436

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos de Guarda14.com (2022).

Esta divergencia entre valor importado en U\$S (países que pagan más) y volumen importado (países que consumen más) que altera las posiciones de los países, se puede asociar a varias causas, tales como el nivel de exigencia de cada mercado en cuanto a la calidad, cuestiones culturales, la existencia de ventajas arancelarias entre ciertos países o bloques, que alteren la relación oferta-demanda de unos países con otros, entre otros posibles factores.

Por su parte, las exportaciones a nivel global fueron lideradas por Francia, Italia, España, en cuarto lugar se encuentra el primer país latinoamericano Chile, seguido por Australia, Estados Unidos, Nueva Zelanda, Portugal, Alemania y en décimo lugar Argentina, tal como puede verse en el siguiente gráfico.

*Gráfico 2. Principales países exportadores de vinos durante 2021 (en miles de USD)*



Fuente: Elaboración Propia con datos de TradeMap para la posición arancelaria 2204.21.00

Si bien está claro que los países que más han facturado en concepto de exportaciones son preferentemente europeos (salvo algunas excepciones), los vinos argentinos están ganando terreno en los mercados internacionales, tal como puede evidenciarse en los datos referentes a las exportaciones en millones de litros durante 2020.



Tabla 2. Top 10 Países que más litros exportaron durante 2020 (en millones de litros)

	Millones de litros	Var. (19/20)
Italia	2.101	-0,30%
España	1.996	-3,40%
Francia	1.350	-5,70%
Chile	871	-1,00%
Australia	770	-1,30%
EE.UU.	361	-1,70%
Argentina	350	34,80%
Sudáfrica	344	-9,80%
Alemania	344	-8,90%
Portugal	306	4,90%

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos de Winexperts Argentina (2021).

El 2020 representó para la mayoría de los países que lideran la tabla de facturación una caída en el volumen de sus exportaciones. Sin embargo Argentina experimentó un crecimiento muy importante alcanzando un 34,8% de aumento de litros producidos con destino al exterior con respecto al año anterior. Este dato es muy importante ya que demuestra una proyección internacional que vale la pena analizar con el fin de detectar oportunidades de negocios.

## Diagnóstico y Discusión

En la corta historia de Finca La Emilia su propietaria y su hijo a cargo de la gerencia han sabido mantener la visión y el objetivo inicial de su fundador, a la vez que lograron innovar y desarrollar una mirada más moderna de la actividad consiguiendo conquistar un nicho de mercado bien definido, de alto valor agregado y que aportó al establecimiento de la región de Colonia Caroya como zona productora de vinos de gran calidad. Este crecimiento, junto a la experiencia de otras bodegas pioneras de la región, despertó la inquietud de considerar la exportación como destino para parte de la producción.

El dilema sobre la viabilidad de exportar representa un desafío importante ya que implica afrontar situaciones nuevas y exponerse a las amenazas que la actualidad del país pone sobre la mesa: alta carga impositiva, inestabilidad económica y política, dificultad para acceder a insumos importados y brecha cambiaria. Será necesario potenciar y capitalizar las fortalezas tales como una misión, visión y valores bien definidos, alto conocimiento del rubro y creciente ascenso de la reputación de la región con respecto a la calidad del producto. Se sugiere también avanzar en la creación de un departamento de comercio exterior a través del cual organizar las actividades necesarias para que la empresa pueda exportar, desde los registros requeridos, las adecuaciones que el producto necesite, incluyendo también las relativas al estudio de los mercados y aquellas propias de la operatoria de exportación.

En cuanto al análisis de las oportunidades se evidenció un horizonte prometedor debido a que la valoración de la región como productora de vinos fue en ascenso, los cambios de hábitos durante la pandemia redundaron en un aumento del consumo de vinos a nivel internacional, el tipo de cambio mantiene el atractivo por los productos argentinos y avanzar en un proyecto de exportación representaría para Finca La Emilia dar un salto de especialización, mayor conocimiento del mercado y sobre todo una mejora en la rentabilidad.

Con respecto al análisis del sector doméstico, en cuanto a la economía y la política, la inflación registró altos valores en los últimos meses, lo que puede afectar la estructura de costos (fijos y variables), la escasez de reservas y sucesivas restricciones impuestas por el BCRA para acceder al mercado oficial de divisas generaron gran preocupación en el sector, aunque desde la Corporación Vitivinícola Argentina se han conseguido mejorar algunas condiciones a través de

sucesivas rondas de reuniones con el Ministerio de Producción, y se advirtió una agenda de trabajo bastante acorde a las necesidades de la industria. Siguen preocupando factores como la brecha cambiaria, cuyo efecto hace que se cobren las exportaciones a un valor de dólar inferior al cual se pagan las importaciones de insumos, y la demora aún importante para acceder al mercado oficial de divisas para la compra de tales insumos importados, un problema que afronta todo el sector industrial argentino.

A través de la Agencia ProCórdoba se han logrado grandes avances con respecto a la internacionalización de PyMEs cordobesas desde el asesoramiento, apoyo financiero y técnico. También a nivel nacional, desde Cancillería, se ha instruido a las embajadas a cumplir la función de oficinas comerciales alrededor del mundo con el objetivo de impulsar una marca país.

Resulta importante incursionar en un país latinoamericano como primera experiencia exportadora, en lo posible dentro del MERCOSUR, para aprovechar las ventajas arancelarias, la cercanía geográfica y las similitudes culturales.

Desde el punto de vista social se evidenció la incursión del vino a nivel internacional en otros escenarios como el arte, la cosmética, el segmento automotriz y, en particular, en la gastronomía y el turismo, lo que representa una oportunidad para Finca La Emilia ya que son nichos conocidos. Como lo social no puede ya separarse del aspecto tecnológico y ecológico, toman relevancia los cambios en los hábitos de compra que trajo el *delivery* a escena, la proliferación del *e-commerce* para compras directas a las bodegas desde la comodidad de una computadora o incluso desde el celular, la aparición de nuevos envases y medios de producción y distribución comprometidos con la sustentabilidad, más amigables con el medio ambiente, como el vino en lata y el envasado en tanques de acero para venta a hoteles, restaurantes y bares.

Relativo a la evolución del mercado internacional, el principal destino del total de exportaciones durante 2021 fueron los Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Canadá y China.

Europa siguió liderando el ranking de exportadores con Francia, Italia y España en los primeros puestos, aunque durante 2020 todos registraron variaciones negativas de entre 0,30% a 5,70% con respecto al año anterior, mientras que Argentina registró un histórico aumento del 34,80% en el mismo período, lo que puede interpretarse como un incipiente interés por los vinos

argentinos y debería ser aprovechado por Finca La Emilia como inspiración para afrontar el desafío de dar a conocer sus vinos fronteras afuera.

Teniendo en cuenta estos datos y el potencial que posee la empresa, el primer paso es la creación de un departamento de comercio exterior en el cual se valore la proactividad y el compromiso ya que deberá avanzar inicialmente en la conversión de la finca en una PyME exportadora, luego un minucioso análisis del mercado que resulte más atractivo y, posteriormente, el desarrollo de un proceso operativo que abarque todos los aspectos propios de la exportación, tanto documental como de estrategia de inserción en el mercado y la logística más apropiada para lograr el objetivo de realizar su primera exportación.

## Marco Teórico

En este punto se realiza un abordaje desde los autores, las teorías y herramientas existentes que se aplican para desarrollar cada objetivo específico.

*Objetivo Específico 1:* Seleccionar el mercado latinoamericano más atractivo para la exportación de los vinos de Finca La Emilia.

Se realiza un primer acercamiento a la situación del mercado internacional de vinos, desde la perspectiva que Cerviño (2014) denomina Primera Fase: *Desk Research*, o Investigación de Escritorio. Se utilizan fuentes de información secundarias, preferentemente de organismos oficiales e información aduanera, con el fin de identificar el universo de países que están importando vinos en la actualidad.

Del primer relevamiento se seleccionan una cierta cantidad de países latinoamericanos en el orden en que aparecen en el ranking (entre 3 y 5), sobre los cuales luego se aplica un modelo de filtros para determinar la sensibilidad de la relación producto-mercado definiendo aquellos ambientes que puedan ser riesgosos para la empresa o que puedan demandar adaptaciones costosas (Keegan & Green, 2009).

De esta forma se definen los ambientes críticos y luego las variables de interés dentro de cada ambiente. Posteriormente, se le asigna un porcentaje de criticidad o importancia a cada variable y un puntaje que refleje el estado actual para cada país. Toda esta información se materializa en una Matriz Multicriterio a través de la cual se obtiene un ranking ponderado de los puntos que mayores beneficios generen a la empresa, o que menos adaptaciones requieran, y permite definir el mercado meta más atractivo dentro de los preseleccionados, además de otorgar las primeras pistas sobre la estrategia de ingreso óptima para el país seleccionado (Cerviño, 2014).

*Objetivo Específico 2:* Exponer los acuerdos comerciales y los beneficios que puedan representar para la exportación del producto bajo análisis.

Para abordar el presente objetivo se busca información secundaria en fuentes oficiales con el objeto de exponer los acuerdos comerciales vigentes entre Argentina y el país seleccionado. Posteriormente se detectan los beneficios que tales acuerdos representen para la posición arancelaria en cuestión.

*Objetivo Específico 3:* Describir el proceso exportador al mercado seleccionado.

La herramienta más idónea para describir un proceso es el Diagrama de Flujos de Proceso o Flujograma ya que ilustra todas las actividades que lo comprenden, de forma secuencial, y la interrelación entre ellas, facilitando la comprensión.

Al respecto, Gómez Ceja (1997) menciona que “según su formato o su propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida, el tiempo empleado, etcétera” (p. 100).

De acuerdo a la categorización que el mismo autor propone dependiendo de la necesidad, los flujogramas pueden ser de forma, de labores, de método analítico, de espacio o combinados (Gómez Ceja, 1997).

Se utiliza información referente al proceso de exportación de vinos, disponible en la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), que será ordenada en un diagrama de flujo para ilustrar el proceso de exportación en su totalidad con cada tarea a realizar en forma cronológica y los organismos que intervienen a lo largo del mismo.

Finalmente se plantea un supuesto de negocio definiendo un cliente, elaborando un armado de costos completo con valores reales y actuales que incluyan todo el operativo completo hasta llegar a una cotización DDP (Delivery Duty Paid).

## Propuesta Profesional

### *Desarrollo del plan de implementación*

Se aborda cada objetivo específico a través de su correspondiente herramienta.

Aplicando un modelo de filtros escogiendo los factores más decisivos para esta etapa de preselección se analizó lo siguiente:

- 1- Flujo de comercio: el análisis de la demanda internacional de vinos según datos recolectados en TradeMap ubicó a los primeros 5 países latinoamericanos de la siguiente forma, ordenados según el valor total importado durante 2021: Brasil, México, Colombia, República Dominicana y Paraguay.

*Tabla 3. Top 5 Países latinoamericanos importadores de vinos durante 2021.*

País	Valor Importado en 2021 (Miles de USD )	Cantidad importada en 2021 (Toneladas)	Valor Unitario (USD/unit)
Brasil	449.211	153.077	2.935
Mexico	209.301	51.286	4.081
Colombia	65.057	21.483	3.028
República Dominicana	59.045	14.963	3.946
Paraguay	41.388	25.099	1.649

Fuente: Elaboración Propia con datos de TradeMap para la posición arancelaria 2204.21

- 2- Cercanía geográfica: al tratarse de un producto de alto valor agregado no representa un elemento determinante en cuanto a costos, pero sí tiene relevancia si se analiza teniendo en cuenta la empresa, su inexperiencia y la complejidad operativa entre un medio de transporte u otro.
- 3- Mercados con tolerancia: el segmento objetivo son sectores de poder adquisitivo medio y alto, por lo tanto, los mercados donde el porcentaje de clase media y alta es más elevado son los que presentan mejores condiciones para la selección.

De acuerdo a los datos expuestos en la Tabla 3, con el objetivo de acotar la búsqueda a los países que mejores condiciones presenten, se descarta Paraguay por ser el país que menos volumen importó (lo que representa un tamaño de mercado reducido) y, sobre todo, por el valor unitario percibido por sus importaciones, dato que puede interpretarse como vinos de mesa, de inferior calidad, o representar un indicio de un alto nivel de competencia.

Por lo tanto, los países que pasaron a la siguiente fase de análisis son Brasil, México, Colombia y República Dominicana. Es sobre estos países que se definieron criterios con un valor de ponderación de acuerdo a la importancia relativa para Finca La Emilia teniendo en cuenta sus características y sus objetivos para conformar la matriz multicriterio a continuación.

Tabla 4. Matriz Multicriterio.

	Criterio	Peso	Brasil		México		Colombia		República Dominicana	
			Valor	Pond.	Valor	Pond.	Valor	Pond.	Valor	Pond.
GENERALES	Crecimiento del PBI	5,00%	2	0,1	2	0,1	5	0,25	5	0,25
	PBI per Cápita	5,00%	4	0,2	5	0,25	4	0,2	5	0,25
	Inflación	2,50%	1	0,03	2	0,05	3	0,08	1	0,03
	Riesgo País	5,00%	4	0,2	4	0,2	1	0,05	4	0,2
	Libertad Económica	5,00%	2	0,1	4	0,2	4	0,2	4	0,2
	Clima de negocios	5,00%	3	0,15	4	0,2	4	0,2	3	0,15
	Acuerdos Comerciales	2,50%	2	0,05	2	0,05	2	0,05	1	0,03
ESPECÍFICOS	Distancia	10,00%	4	0,4	1	0,1	1	0,1	1	0,1
	Acceso Logístico	10,00%	4	0,4	2	0,2	2	0,2	2	0,2
	Derechos de Importación	5,00%	5	0,25	2	0,1	5	0,25	2	0,1
	Importaciones del producto	10,00%	5	0,5	3	0,3	1	0,1	1	0,1
	Importaciones desde Arg	10,00%	4	0,4	3	0,3	4	0,4	1	0,1
	Perspectivas de crecimiento	10,00%	3	0,3	1	0,1	3	0,3	3	0,3
	Participación VS 1ºcompetidor	7,50%	3	0,23	3	0,23	1	0,08	1	0,08
Dif. De precios VS 1º competidor	7,50%	5	0,38	1	0,08	5	0,38	1	0,08	
	<b>TOTALES</b>	<b>100%</b>		<b>3,68</b>		<b>2,45</b>		<b>2,83</b>		<b>2,15</b>



Fuente: Elaboración Propia.

Luego de haber realizado un exhaustivo análisis de las variables determinadas (véase Apéndice A) para cada país se concluye que el que mejores condiciones presenta es Brasil. Si bien en los aspectos generales no demuestra un desempeño superior a los demás países, son las variables específicas las que mayor peso tienen de acuerdo a la naturaleza de la empresa.

Con respecto al segundo objetivo relativo a los acuerdos comerciales vigentes entre Argentina y Brasil, luego de haber analizado la situación de manera integral se concluyó que la importancia desde el punto de vista económico es relativa y de baja incidencia en la competitividad ya que el producto es considerado un bien dirigido a sectores de medio y alto poder adquisitivo y una preferencia arancelaria no representaría un elemento determinante, aunque sí revisten importancia desde la lectura del marco comercial que generan como facilitadores a la hora de hacer



negocios y elemento unificador de entendimiento, de colaboración y de criterios, tanto operativos como sanitarios.

Para sintetizar los principales acuerdos, protocolos y reglamentos enmarcados en el MERCOSUR, que pueden ser de aplicación a la exportación de vinos se realizó la siguiente tabla.

*Tabla 5. Acuerdos Comerciales.*

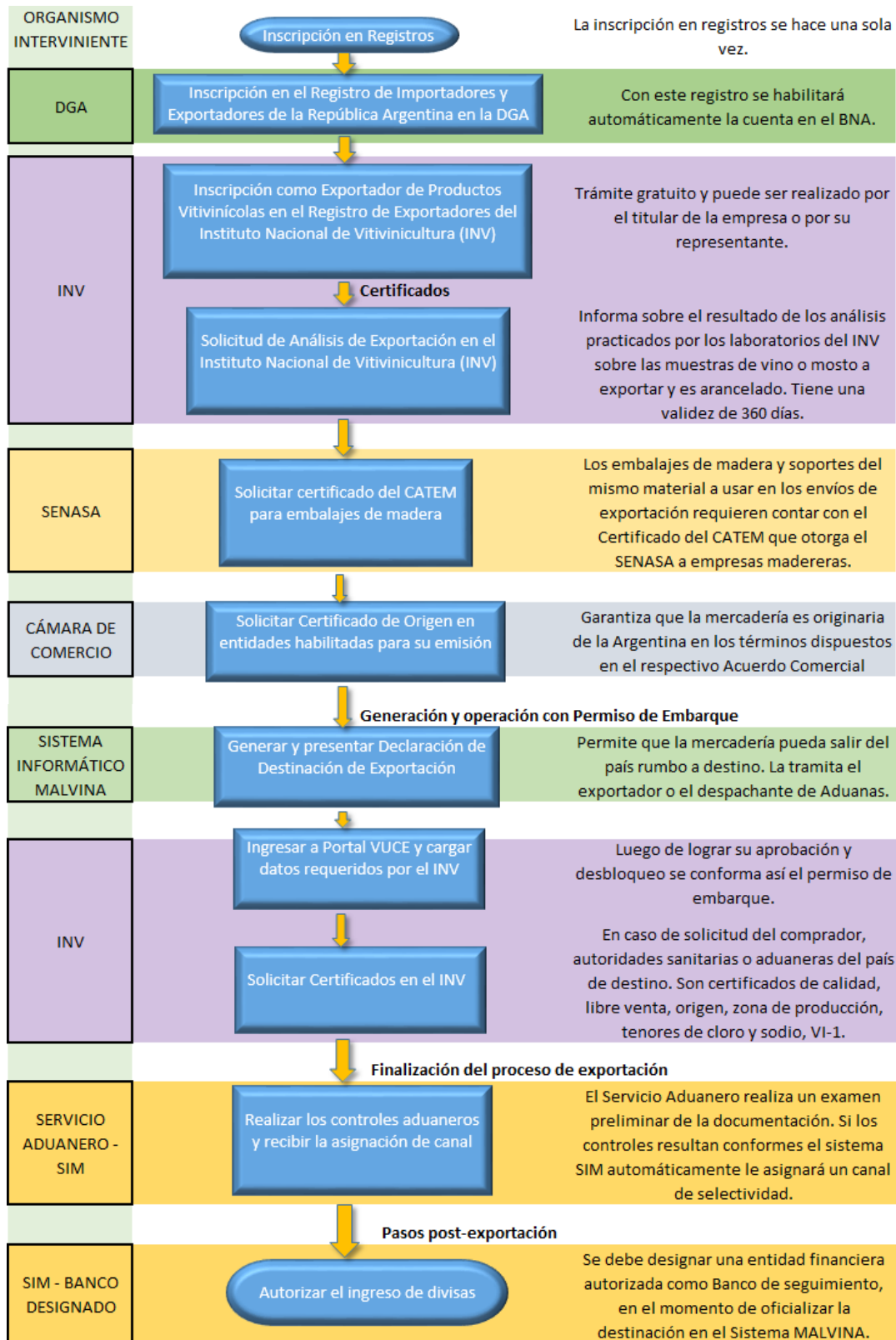
Acuerdos o decretos del MERCOSUR	Características más relevantes
ACE Nº 14	Establece el ámbito de aplicación, el programa de eliminación de restricciones, el Régimen de Origen, Cláusulas de Salvaguardia, modo de Solución de Diferencias
ACE Nº 18	Reducciones arancelarias progresivas, que llegaron al arancel CERO en 1994 Coordinación de políticas macroeconómicas comunes Arancel Externo Común Eliminación de todas las restricciones no arancelarias
MERCOSUR/CMC/DEC. Nº 08/95	Protocolo de Armonización de Normas sobre Propiedad Intelectual en el MERCOSUR, en Materia de Marcas, Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen
MERCOSUR/CMC/DEC. Nº 11/02	Acuerdo sobre Jurisdicción en Materia de Contrato de Transporte Internacional de Carga entre los Estados Parte del MERCOSUR Establece la calificación y determinación de los productos originarios, la emisión de los certificados de origen, los protocolos de verificación y control y las sanciones por adulteración, falsificación o no cumplimiento.
Reglamento Vitivinícola del Mercosur 1996	Se definen los organismos de cada país que pondrán en vigencia las disposiciones legislativas, reglamentarias y administrativas. Para Argentina: el INV. Para Brasil: el M.A.A. (Ministerio de Agricultura y Abastecimiento). El reglamento sólo armoniza las legislaciones y condiciones bajo las cuales circularán los productos vitivinícolas entre los estados miembros, sin incidir en las legislaciones vitivinícolas de cada país, a modo de preservar la identidad vitivinícola de cada uno. Cada Estado Parte seguirá los principios normativos y recomendaciones de la O.I.V. (Organización Internacional Vitivinícola). El Capítulo IV se expresa sobre la forma de etiquetado válido, teniendo en cuenta el contenido, las fuentes, tamaños y ubicación de cada elemento, código de barras, expresiones aclaratorias, etc El Capítulo VII menciona los criterios de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Reconocidas

Fuente: Elaboración Propia con datos de SICE (2022) y Argentina.gob.ar (1996).

Con respecto al tercer objetivo se definió una estrategia de ingreso al mercado a través de una Exportación Directa conformando una Alianza Comercial con una tienda virtual llamada evino.com.br ubicada en San Pablo que realiza sus propias importaciones y que cuenta con bodegas de todo el mundo (incluidas algunas argentinas de renombre) entre sus proveedores.

Para detallar el proceso exportador se desarrolló el siguiente diagrama de flujos.

Diagrama 1. Proceso de Exportación de Vinos.



Fuente: Elaboración Propia con datos de Ventanilla Única de Comercio Exterior (s.f.).

### *Resultado de la Propuesta*

Se planteó un supuesto de exportación directa de un equipo completo de 1580 cajas de Vino Malbec en 18 pallets (véase Apéndice B) a la empresa E-vino Comercio de Vinhos S.A. de Sao Paulo. La empresa fue detectada por medio de una búsqueda en TradeMap, y al confirmar que tiene experiencia en el nicho de mercado donde Finca La Emilia pretende ingresar resulta la opción más atractiva a través de una Alianza Estratégica. El flete se realizará de forma terrestre por carretera, directo y sin trasbordos, desde la planta en origen (Colonia Caroya) hasta el depósito del importador en San Pablo. Se contrató transporte brasilero, camión tipo semi playo, con capacidad de 18 pallets, por un flete total (incluye tramo nacional-internacional) cotizado en U\$S 4083, más costo del seguro de U\$S 500 de los cuales la mitad corresponde a cada tramo.

El resto de los costos relacionados con el producto y el embalaje fueron obtenidos de proveedores o estimados utilizando fuentes como la CAME (Confederación Argentina de la Mediana Empresa). Los valores de Seguros, Costos de despacho, certificados, gastos fijos bancarios y otros gastos aduaneros expresados en dólares fueron recolectados a través de comunicaciones con despachantes tanto argentinos como brasileros que operan en Paso de los Libres y Uruguiana. Todos estos valores se mantuvieron expresados en dólares, manteniendo por separado un valor por caja, y el valor totalizado para una carga de 1580 cajas (un camión completo de 18 pallets).

Por otro lado, se incluyeron aquellos costos que se expresan en porcentajes tales como los honorarios de los despachantes, honorarios del agente de transporte, las comisiones bancarias y el porcentaje de rentabilidad fijado inicialmente en un 30%, los derechos de exportación y los reintegros que se percibirán. Este presupuesto supone en principio la contratación de dos personas: un administrativo y un operario de estiba y carga con montacargas.

De esta forma se organizó la información para el armado de precios de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 6. Armado preliminar de precio de Exportación.

88 CAJAS POR PALLET 1580 cajas		Valor Dólar Compra	151,100	Cotización dólar divisas BNA correspondiente al 13/10/2022
		Valor Dólar Venta	151,300	
		U\$S X CAJA	U\$S TOTAL	
TOTALES		21,62	34161,17	
<b>COSTOS DE MERCADERIA</b>		<b>13,70</b>	<b>21650,17</b>	
MATERIA PRIMA		6,40	10117,75	
COSTO PRODUCCIÓN - MANO DE OBRA		5,81	9179,80	
ESTRUCTURA		1,49	2352,62	
		PESOS	DLS X CAJA	DLS X CAMIÓN
<b>COSTO DE EMPAQUE Y EMBALAJE</b>		<b>1011,32</b>	<b>6,69</b>	<b>10575,00</b>
CAJA	100		0,66	1045,67
BOTELLA, ETIQUETA, CÁPSULA, CORCHO	852		5,64	8909,07
PALLET	53,41		0,35	558,48
STREETCH	5,91		0,04	61,79
SEGURO INTERNO	23,91		0,16	250,00
OTROS GASTOS	161,24		1,07	1685,99
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	79,11		0,52	827,23
GASTOS DE ESTIBAJE	63		0,42	658,77
GASTOS FIJOS BANCARIOS	19,13		0,13	200,00
<b>GASTOS INDIRECTOS</b>		<b>1,65%</b>		
HONORARIOS DESPACHANTE		1,00%		
HONORARIOS ATA		0,30%		
COMISIONES BANCARIAS		0,35%		
<b>RENTABILIDAD</b>		<b>30,00%</b>		
DERECHOS		4,50%		
REINTEGROS		7,00%		

1 empleado administrativo  
1 empleado para estiba y carga

Fuente: Elaboración Propia.

Para armar el precio final de exportación se utilizó la herramienta Calculadora FOB del sitio oficial VUCE, ingresando los datos recolectados anteriormente para la posición arancelaria 2204.21.00.200F que se refiere a Vino varietal (vino fino) o vino calidad preferente (R.C19/04 INV) y destino Brasil.

Esta herramienta calcula el precio FOB computando la siguiente fórmula:

$$FOB = \frac{CM + EMB + FI + SI + OG + Utm}{1 - (GI + (\frac{DER}{1+DER}) + UT) + RE}$$

Para el caso de estudio resulta conveniente ofrecer al importador las múltiples alternativas en cuanto a Incoterms, hasta llegar al DDP que es la opción que más le simplifica la operación al cliente. En primer lugar, un precio FOB que aplicado al transporte terrestre correspondería su equivalente FCA (Free Carrier) Paso de los Libres para el cual al valor EXW solo debería sumarse el flete interno y la carga sobre el camión brasilero hasta la aduana de Paso de los Libres. Posteriormente, agregando los valores de seguro y flete internacional se puede determinar el precio CIP colocado en Uruguiana o inclusive en San Pablo. Adicionando a este resultado los valores

de los costos relativos a la importación del producto desde Brasil se puede conformar el precio DDP, con el cual se asume la totalidad de la responsabilidad y costos hasta el cliente evitándole los gastos y trámites de importación (véase Anexo 1), dejando sólo a cargo del cliente la descarga de la mercadería en su depósito.

A continuación, una versión simplificada del resultado donde se han adicionado los campos necesarios para llegar al DDP (véase Apéndice C, para el cálculo completo):

Tabla 7. Síntesis del armado de precios utilizando la calculadora FOB.

País destino	Brasil	2204.21.00.200F Vino varietal (vino fino) o vino calidad preferente (R.C19/04 INV)	
	1580 CAJAS QUE EN 18 PALLETS CONTIENEN: 9480 BOTELLAS DE VINO MALBEC DE COSECHA 2021		
Cantidad de mercadería	1580 UNIDAD	Tipo de Cambio	151,10

COSTOS DE EXPORTACIÓN		MAS RESULTADOS	
	USD		USD
Costo de la Mercadería	21.650,17	TOTAL COSTOS DE EXPORTACIÓN	35.919,74
Envases y Embalajes	10.575,00	TOTAL GASTOS INDIRECTOS	834,24
Flete Interno	1.758,57	COSTO TOTAL	36.753,98
Seguro Interno	250,00	UTILIDAD NETA	15.168,00
Otros gastos directos	1.686,00	DERECHOS GENERALES	2177,22
<b>GASTOS INDIRECTOS</b>		DERECHOS ADICIONALES	
Comisiones	1,65 %	TOTAL DERECHOS A PAGAR	2177,22
<b>REINTEGROS</b>		ANTICIPO IMP. GANANCIAS	0
Ecológico, biológico	NO	REINTEGRO A COBRAR	3386,79
Tiene Denominación de Origen?	NO	Flete Internacional	2.324,43
Tiene sello "Alimentos Argentinos..."	NO	<b>TOTAL CFR</b>	<b>52.884,43</b>
Reintegros Generales	7,00 %	<b>CFR UNITARIO</b>	<b>33,47</b>
<b>DERECHOS</b>		USD Seguro de Carga Internacional	250,00
Es orgánico	NO	USD <b>TOTAL CIF</b>	<b>53.134,43</b>
Derechos Generales de Exportación	4,50 %	USD <b>CIF UNITARIO</b>	<b>33,63</b>
<b>UTILIDAD NETA (esperada)</b>		USD <b>Total Impuestos Directos Importación</b>	<b>23.219,31</b>
Utilidad Deseada	% sobre el Valor FOB	(IPI, PIS, COFINS, ICMS)	
Utilidad Neta	30,00 %	USD <b>Total Gastos Aduaneros</b>	<b>193,12</b>
<b>Precio FOB Oficial</b>		Honorarios Despachante, Tasa Siscomex,	
Valor Oficial (Dol/Toneladas)	0,00	Tasa Clasificación MAPA, Almacenaje Multilog	
Total Valor Oficial	0,00	Uruguaiana - RS	
<b>VALOR FOB</b>	<b>50.560,00</b>	USD <b>Impuesto sobre salida</b>	<b>3.341,88</b>
<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>32,00</b>	Impuestos sobre la venta	50,00
		de la mercadería	
		USD <b>TOTAL COSTOS IMPORTACIÓN</b>	<b>26.804,30</b>
		USD <b>TOTAL DDP</b>	<b>79.938,73</b>
		USD <b>DDP UNITARIO</b>	<b>50,59</b>

Fuente: Elaboración Propia.

## Conclusiones y Recomendaciones

Después de analizar a la empresa, al entorno inmediato y el mercado internacional de vinos, pero haciendo especial énfasis en la situación actual de Finca La Emilia, su cultura, su falta de experiencia en exportaciones y la situación particular de los primeros países preseleccionados, los elementos que más peso relativo presentaron durante el proceso de selección del país objetivo fueron los factores específicos.

Finca La Emilia posee un producto bien valorado y un nicho claramente definido localmente, por lo que la importancia radicó en que el producto se encuentre validado en el mismo nicho del mercado meta, que la importación de vinos cuente con un importante porcentaje de participación de vinos argentinos, que las perspectivas de crecimiento del mercado sean positivas, y que la distancia y accesos logísticos presenten el menor nivel de dificultad. Debido al peso relativo de estos factores el país definido como meta fue Brasil. Por otro lado se desprende del mismo análisis la valoración que Brasil le da a los vinos argentinos por sobre el primer competidor. Mientras Brasil paga U\$S 2622 x tn de vino chileno, los vinos argentinos alcanzan los U\$S 2967 x tn, inclusive teniendo en cuenta la ventaja logística por sobre Chile.

La pertenencia al MERCOSUR otorga un marco de reciprocidad de tratamiento entre las partes, con reglas claras, cierto nivel de previsibilidad y buena fe comercial. Por otro lado, hay avances dentro del bloque que colaboran como facilitadores del comercio tales como la digitalización documental que avanzó fuertemente desde inicios del año 2019. Al día de hoy y por medio de la armonización de criterios entre las aduanas de ambos países es posible tramitar prácticamente toda la operación de forma digital evitando pérdidas de tiempo, reduciendo costos, y erradicando las falsificaciones documentales en frontera que facilitaban el contrabando.

La estrategia de ingreso propuesta (Alianza Comercial) es la que mejor se adapta a la situación actual de Finca La Emilia ya que se aprovecha la clientela y el conocimiento que el importador tiene del mercado y reduce de forma importante el riesgo, además del plus que representa trabajar con una tienda *e-commerce* con el potencial de crecimiento que viene demostrando este canal de ventas en todo el mundo. Se abordó a esta elección teniendo en cuenta el concepto del consumidor actual de vinos de alta gama: un nicho de personas jóvenes, menos fiel y más sofisticado y cómodo en sus hábitos de compra, y dando valor a que el *e-commerce* es la

mejor vidriera en la actualidad tanto para el consumidor particular como para los negocios turísticos que podrían incluir el producto en su oferta, tales como hoteles *boutique*, restaurantes, bares, etc. Por otro lado, este canal de ventas posee una flexibilidad especial en cuanto a la promoción por medio del armado de combos, ofertas especiales, descuentos, etc.

El precio final de venta da como resultado U\$S 50,59 por caja colocado en el distribuidor brasilero. Si se estima que éste pretenda recargarle un 50% entre sus costos de descarga, almacenaje, gastos operativos, administrativos y de la plataforma de venta más su ganancia pretendida, el valor ascendería a U\$S 75,88 por caja, representando U\$S 12,64 por botella, que convertidos al tipo de cambio actual (09/03/2023) de 5,139 reales por dólar, da como resultado un precio final al consumidor de R\$ 64,95, un precio promedio teniendo en cuenta los vinos argentinos publicados en el sitio al 09/03/2023, similar al Finca Silverado Malbec cosecha 2022 de la bodega mendocina Belhara Estate.

Los valores de venta son competitivos en el mercado de destino, demostrando incluso margen para aumentar paulatinamente el porcentaje de utilidad derivada de la venta en exportación de acuerdo a la validación que el mercado evidencie con el correr del tiempo.

Como recomendación se plantea la creación de un departamento de Comercio Internacional para canalizar todas las tareas relacionadas con la operativa, tales como confección de documentos, contacto con el despachante en Paso de los Libres, coordinación logística y contacto con el transporte, seguimiento operativo para cerrar el permiso y factura en AFIP, seguimiento de liquidación de divisas y cobro de reintegros, etc., como también aquellas relacionadas con el contacto permanente con el cliente en Brasil. En principio sería óptimo contar con al menos dos personas y realizar una distribución de tareas según el perfil de cada operario y su formación profesional. Así uno puede centrarse más en las cuestiones administrativas y el otro hacer foco en los asuntos comerciales y relacionales sirviendo de apoyo en algunas tareas administrativas. La ampliación de este departamento depende de la evolución de los negocios de exportación.

Finalmente se concluye que existe una oportunidad de negocios para la empresa y es totalmente viable iniciar un proceso de exportación hacia Brasil con mínimas adaptaciones en el corto plazo y que representa una mejora en la rentabilidad para Finca La Emilia a través del ingreso de divisas y un impacto positivo en la valoración de la región.

## Bibliografía

- Agrositio. (4 de Octubre de 2021). *Agrositio*. Obtenido de Los desafíos del sector vitivinícola que se recicla tras la pandemia: <https://www.agrositio.com.ar/noticia/219128-los-desafios-del-sector-vitivinicola-que-se-recicla-tras-la-pandemia>
- Ámbito. (10 de Enero de 2023). *Economía*. Obtenido de Importaciones argentinas: qué sucedió en 2022 y qué se espera para 2023: <https://www.ambito.com/economia/importaciones/argentinas-que-sucedio-2022-y-que-se-espera-2023-n5625915>
- Ámbito. (2 de Marzo de 2023). *Finanzas*. Obtenido de Se desplomaron los bonos en dólares y el riesgo país saltó 7% en dos jornadas: <https://www.ambito.com/finanzas/se-desplomaron-los-bonos-dolares-y-el-riesgo-pais-salto-7-dos-jornadas-n5663817>
- Ámbito.com. (8 de Agosto de 2022). *Ámbito.com*. Obtenido de Economía - Vinos: reducen a 90 días el plazo para acceder al dólar para pagar insumos: <https://www.ambito.com/vinos-reducen-90-dias-el-plazo-acceder-al-dolar-pagar-insumos-n5504485>
- Argentina.gob.ar. (1996). [Versión PDF] *Reglamento Vitivinicola del Mercosur*. Obtenido de MERCOSUR/GMC/RES No. 45/96: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/reglamentovitivinicoladel\\_mercosur.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/reglamentovitivinicoladel_mercosur.pdf)
- Argentina.gob.ar. (s.f.). *Argentina.gob.ar*. Obtenido de [versión PDF] Posiciones Arancelarias Mostos y Vinos Argentina: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/posiciones\\_arancelarias\\_mostos\\_y\\_vinos\\_argentina.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/posiciones_arancelarias_mostos_y_vinos_argentina.pdf)
- Bittán, M. (2012). *El modelo Pest como herramienta de planificación*. Obtenido de América Economía: <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/el-modelo-pest-como-herramienta-de-planificacion>
- CaCEC. (13 de Septiembre de 2022). *Cámara de Comercio Exterior de Córdoba*. Obtenido de Cómo acceder al Programa Córdoba Exporta: <https://www.cacec.com.ar/Noticia/detalleNoticia/como-acceder-al-programa-cordoba-exporta>



- Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana. (29 de Mayo de 2020). *AHK Argentina*.  
Obtenido de El vino argentino busca adaptarse a las nuevas demandas y requerimientos de los consumidores: <https://www.ahkargentina.com.ar/actualidad/news-details/el-vino-argentino-busca-adaptarse-a-las-nuevas-demandas-y-requerimientos-de-los-consumidores>
- Cerviño, J. (2014). *Marketing internacional: nuevas perspectivas para un mercado globalizado*. Madrid, España: Larousse - Pirámide.
- Coviar. (7 de Noviembre de 2019). *Corporación Vitivinícola Argentina*. Obtenido de Innovación en la producción de uvas y vino: ¿hacia dónde vamos?: <https://coviar.ar/innovacion-en-la-produccion-de-uvas-y-vino-hacia-donde-vamos/>
- Cronista.com. (6 de Enero de 2023). *Finanzas y Mercados*. Obtenido de Dólar e inflación: los analistas cambian sus pronósticos para 2023: <https://www.cronista.com/finanzas-mercados/dolar-e-inflacion-los-analistas-cambian-sus-pronosticos-para-2023/#:~:text=As%C3%AD%20se%20observ%C3%B3%20en%20el,porcentuales%20respecto%20al%20informe%20previo.>
- Diario de Cuyo. (5 de Marzo de 2023). *Massa en Mendoza*. Obtenido de Sectores están conformes con segundo anuncio de dólar diferencial para el vino: <https://www.diariodecuyo.com.ar/economia/Sectores-estan-conformes-con-segundo-anuncio-de-dolar-diferencial-para-el-vino-20230304-0044.html>
- Enolife.com. (26 de Octubre de 2020). *Enolife.com*. Obtenido de Qué es la sustentabilidad vitivinícola, cómo practicarla en la producción y cómo certificarla: <https://enolife.com.ar/es/que-es-la-sustentabilidad-vitivinicola-como-practicarla-en-la-produccion-y-como-certificarla/>
- Enolife.com. (27 de Julio de 2022). *Enolife.com*. Obtenido de La vitivinicultura pide al ministro de Producción destrabar las importaciones y bajar las retenciones: <https://enolife.com.ar/es/la-vitivinicultura-pide-al-ministro-de-produccion-destrabar-las-importaciones-y-bajar-las-retenciones/>
- evino.com.br. (s.f.). *evino.com.ar*. Obtenido de <https://www.evino.com.br/>

- Gómez Ceja, G. (1997). *Sistemas administrativos: análisis y diseño*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Guarda14. (22 de Febrero de 2022). *Redacción Los Andes*. Obtenido de Qué países son los principales compradores de vino: <https://www.guarda14.com/aprendiendo/que-paises-son-los-principales-compradores-de-vino/>
- Guimerà, A. (9 de Abril de 2019). *Marketing Esencial*. Obtenido de Análisis SWOT: una herramienta clásica con vigencia: <https://www.marketing-esencial.com/2019/04/09/analisis-swot-una-herramienta-clasica-con-vigencia/>
- Indec. (22 de Agosto de 2022). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Intercambio comercial argentino: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-3-2-40#:~:text=En%20julio%20de%202022%2C%20las,de%2015.983%20millones%20de%20d%C3%B3lares.>
- Indec. (12 de Enero de 2023). [Versión PDF] *Informes técnicos / Vol. 7, n° 6 - Índice de precios al consumidor (IPC) 2022*. Obtenido de Indec.gob.ar: [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc\\_01\\_23891D383E4F.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc_01_23891D383E4F.pdf)
- Infobae. (14 de Septiembre de 2022). *Economía*. Obtenido de La inflación de agosto fue del 7% y acumuló 78,5% en los últimos 12 meses: <https://www.infobae.com/economia/2022/09/14/la-inflacion-de-agosto-fue-del-7-y-acumulo-785-en-los-ultimos-12-meses/>
- Infobae. (18 de Enero de 2023). *Economía*. Obtenido de En 2022 el superávit comercial se derrumbó más del 50% con respecto al año anterior: <https://www.infobae.com/economia/2023/01/18/en-2022-el-superavit-comercial-se-derrumbo-mas-del-50-con-respecto-al-ano-anterior/#:~:text=Con%20estos%20n%C3%BAmeros%2C%20el%202022,que%20la%20del%20a%C3%B1o%20anterior.>
- Infonegocios. (28 de Abril de 2014). *InfoNegocios*. Obtenido de Histórico: Córdoba exporta vinos finos a China (elaborado con uvas de Caroya y Calamuchita):

<https://infonegocios.info/plus/historico-cordoba-exporta-vinos-finos-a-china-elaborado-con-uvas-de-caroya-y-calamuchita>

iProfesional. (10 de Junio de 2022). *Finanzas*. Obtenido de El riesgo país de Argentina vuelve a preocupar: qué es y cómo se calcula: <https://www.iprofesional.com/finanzas/363993-sube-el-riesgo-pais-que-es-y-como-se-calcula>

Keegan, W. J., & Green, M. C. (2009). *Marketing Internacional* (Quinta ed.). México: Pearson Education.

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. (6 de Noviembre de 1959). *InfoLeg*. Obtenido de Ley 14.878 - Vitivinicultura - Ley General de Vinos: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/15764/norma.htm>

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. (2 de Noviembre de 1982). *SAIJ (Sistema Argentino de Información Jurídica)*. Obtenido de Ley 20.667 - REGULACION DE ELABORACION DEL VINO.: [http://www.saij.gob.ar/legislacion/ley-nacional-22667-regulacion\\_elaboracion\\_vino.htm](http://www.saij.gob.ar/legislacion/ley-nacional-22667-regulacion_elaboracion_vino.htm)

Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. (11 de Febrero de 2021). *Cancillería.gob*. Obtenido de Inserción comercial: Cancillería firmó acuerdos con el sector vitivinícola para formar diplomáticos: <https://www.cancilleria.gob.ar/es/actualidad/noticias/insercion-comercial-cancilleria-firmo-acuerdos-con-el-sector-vitivinicola-para>

Observatorio Vitivinícola Argentino, Corporación Vitivinícola Argentina, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo, Asociación de Cooperativas Vitivinícolas Argentinas, Bolsa de Comercio de Mendoza. (2017). *Uncuyo.edu.ar*. Obtenido de [versión PDF] Impacto de la Vitivinicultura en la Economía Argentina: <https://fce.uncuyo.edu.ar/upload/impacto-de-la-vitivinicultura-en-la-economia-argentina.pdf>

Peiró, R. (5 de Julio de 2017). *Economipedia.com*. Obtenido de Análisis PEST: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html>

Quintas, L. d. (21 de Agosto de 2021). *Enoturismo - Cronista.com*. Obtenido de La nueva ruta del vino en Córdoba: 4 historias de bodegas familiares y pioneras en la provincia: <https://www.cronista.com/clase/break/la-nueva-ruta-del-vino-en-cordoba-4-historias-de-bodegas-familiares-y-pioneras-en-la-provincia/>

Receita Federal. (17 de 10 de 2022). *Consulta do CNPJ*. Obtenido de [https://solucoes.receita.fazenda.gov.br/Servicos/cnpjreva/Cnpjreva\\_Comprovante.asp](https://solucoes.receita.fazenda.gov.br/Servicos/cnpjreva/Cnpjreva_Comprovante.asp)

SICE. (2022). *Sistema de Información sobre Comercio Exterior*. Obtenido de Acuerdos Comerciales Vigentes: [http://www.sice.oas.org/ctyindex/arg/argagreements\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/ctyindex/arg/argagreements_s.asp)

Télam. (15 de Abril de 2017). *EMPRENDEDORES*. Obtenido de Una bodega familiar rionegrina exporta el 50% de su producción: <https://www.telam.com.ar/notas/201704/185792-rio-negro-bodega-miras-exportacion.html>

Universidad Siglo 21. (2022). *Universidad Siglo 21*. Obtenido de Reporte de Caso: Finca La Emilia: <https://siglo21.instructure.com/courses/16652/pages/reporte-de-caso-modulo-0#org3>

Ventanilla Única de Comercio Exterior. (s.f.). *Argentina.gob.ar*. Obtenido de Exportación de Vinos y Mostos - Paso a paso del proceso de exportación de vinos y mostos: <https://web.archive.org/web/20210505114219/https://www.argentina.gob.ar/vuce/exportacion-vinos-y-mostos>

Vida Positiva. (2022). *Vinos y Spirits*. Obtenido de Consumidores de vinos, en busca de nuevas experiencias: <https://www.vidapositiva.com/consumidores-de-vinos-en-busca-de-nuevas-experiencias>

Winexperts Argentina. (2021). *Winexperts Argentina*. Obtenido de Top 10: principales vendedores de vino mundial: <https://winexpertsdeargentina.com/top-10-principales-vendedores-de-vino-mundial/>

## APÉNDICES

### Apéndice A. Desarrollo de la Matriz Multicriterio

Se investigaron las variables de interés en los cuatro países que pasaron el modelo de filtros, y de desarrolló el siguiente análisis para obtener las puntuaciones que luego fueron plasmadas en la matriz multicriterio. Se utilizaron fuentes de información como Trademap, Heritage.org, Banco Mundial, Magyp.gob, entre otras.

Crecimiento del PBI (2021)			
	%	valor	Rango
Brasil	4,6	2	2,7→5,2
México	4,8	2	2,7→5,2
Colombia	10,6	5	10,5→más
Rep. Dominicana	12,3	5	10,5→más

Valores	
1	0→2,6
2	2,7→5,2
3	5,3→7,8
4	7,9→10,4
5	10,5→más

PBI per cápita (2021)			
	USD	valor	Rango
Brasil	7519	4	6001→8000
México	9926	5	8001→más
Colombia	6131	4	6001→8000
Rep. Dominicana	8604	5	8001→más

Valores	
1	0→2000
2	2001→4000
3	4001→6000
4	6001→8000
5	8001→más

Inflación			
	%	valor	Rango
Brasil	8,3	1	6,5→más
México	5,7	2	4,9→6,4
Colombia	3,5	3	3,3→4,8
Rep. Dominicana	8,2	1	6,5→más

Valores	
5	0→1,6
4	1,7→3,2
3	3,3→4,8
2	4,9→6,4
1	6,5→más

Riesgo País			
	Puntos	valor	Rango
Brasil	259	4	201→400
México	358	4	201→400
Colombia	1078	1	801→más
Rep. Dominicana	383	4	201→400

Valores	
5	0→200
4	201→400
3	401→600
2	601→800
1	801→más

Libertad Económica			
	Posición	valor	Rango
Brasil	133	2	113→149
México	67	4	37→74
Colombia	60	4	37→74
Rep. Dominicana	71	4	37→74

Valores	
5	0→36
4	37→74
3	75→112
2	113→149
1	150→más

Clima de Negocios			
	Posición	valor	Rango
Brasil	109	3	77→114
México	54	4	39→76
Colombia	65	4	39→76
Rep. Dominicana	103	3	77→114

Valores	
5	0→38
4	39→76
3	77→114
2	115→152
1	153→190

Acuerdos Comerciales			
	Acuerdos	valor	Rango
Brasil	Miembros MERCOSUR AAP.CE 18 Argentina-Brasil AAP.CE 14 Aladi: AR.PAR4	2	Sí posee acuerdo
México	MERCOSUR-México ACE N°54 Argentina-México ACE N°6 Aladi: AR.PAR4	2	Sí posee acuerdo
Colombia	MERCOSUR-Colombia AAP.CE N°59 Aladi: AR.PAR4 AAP.CE N°72	2	Sí posee acuerdo
Rep. Dominicana	No posee acuerdo	1	No posee acuerdo

Valores	
1	No posee acuerdo
2	Sí posee acuerdo

Distancia			
	Kilómetros	valor	Rango
Brasil	2838,5	4	1501→3000 kg
México	6741	1	5501→ más
Colombia	5755	1	5501→ más
Rep. Dominicana	5568	1	5501→ más

Valores	
5	0→1500 km
4	1501→3000 kg
3	3001→4500 km
2	4501→5500 km
1	5501→ más

Para establecer un puntaje a la variable de Acceso Logístico se evalúa cualitativamente el nivel de simplicidad de la logística necesaria para acceder a cada mercado, teniendo en cuenta además de la distancia, la modalidad/es de transportes, la demora, cantidad de rutas y frecuencias, la oferta y el costo.

Acceso Logístico			
	Facilidad del proceso	valor	Rango
Brasil	Unimodal-Terrestre	4	Acceso muy simple
México	Multimodal	2	Acceso moderadamente simple
Colombia	Unimodal-Multimodal	2	Acceso moderadamente simple
Rep. Dominicana	Multimodal	2	Acceso moderadamente simple

Valores	
4	Acceso muy simple
3	Acceso simple
2	Acceso moderadamente simple
1	Acceso complicado

Derechos de Importación			
	% derechos	valor	Rango
Brasil	0	5	0→2%
México	16	2	8,1%→20%
Colombia	0	5	0→2%
Rep. Dominicana	20	2	8,1%→20%

Valores	
5	0→2%
4	2,1%→4%
3	4,1%→8%
2	8,1%→20%
1	20,1%→más

Importaciones del Producto (2021)			
	Miles de Dólares	valor	Rango
Brasil	449211	5	400001→más
México	209301	3	200001→300000
Colombia	65057	1	0→100000
Rep. Dominicana	59045	1	0→100000

Valores	
1	0→100000
2	100001→200000
3	200001→300000
4	300001→400000
5	400001→más

Para determinar la preferencia de los mercados por los vinos argentinos se analiza el porcentaje de participación de los mismos en el total de importaciones de vinos en cada mercado.

Importaciones desde Argentina (Miles de Dólares)					
	Total importado	Imp. Desde Arg	% Participación	Valor	Rango
Brasil	449211	79383	18%	4	15,1%→25%
México	209301	22024	11%	3	10,1%→15%
Colombia	65057	11483	18%	4	15,1%→25%
Rep. Dominicana	59045	1416	2%	1	0→5%

Valores	
1	0→5%
2	5,1%→10%
3	10,1%→15%
4	15,1%→25%
5	25,1%→más

Para determinar la Perspectiva de crecimiento del mercado se analizó la evolución de la demanda durante los últimos 5 años, por medio de un porcentaje de aumento acumulado, que permitirá elaborar proyecciones a futuro.

Evolución de la demanda (Miles de Dólares)									
	2017	2018	% Var	2019	%Var	2020	%Var	2021	%Var
Brasil	337.931	344.386	1,91%	342.184	-0,64%	400.773	17,12%	449.211	12,09%
México	191.077	204.994	7,28%	202.712	-1,11%	178.882	-11,76%	209.301	17,01%
Colombia	43.714	49.660	13,60%	51.507	3,72%	59.633	15,78%	65.057	9,10%
Rep. Dominicana	44.891	47.475	5,76%	48.113	1,34%	37.474	-22,11%	59.045	57,56%

Perspectivas de Crecimiento								Valores	
	% Var 2017-2018	% Var 2018-2019	% Var 2019-2020	% Var 2020-2021	% Variación Acumulada	Valor	Rango		
Brasil	1,91%	-0,64%	17,12%	12,09%	30,48%	3	30,1%→45%	1	0→15%
México	7,28%	-1,11%	-11,76%	17,01%	11,42%	1	0→15%	2	15,1%→30%
Colombia	13,60%	3,72%	15,78%	9,10%	42,19%	3	30,1%→45%	3	30,1%→45%
Rep. Dominicana	5,76%	1,34%	-22,11%	57,56%	42,55%	3	30,1%→45%	4	45,1%→60%
								5	60,1%→más

Análisis del primer competidor y precios							
	1º competidor	% Participación 1º competidor	Precio x tn 1º competidor (USD)	% Participación vino argentino	Precio x tn vino argentino (USD)	Dif. de particip. con 1º competidor	Dif. de precio unitario con 1º competidor
Brasil	Chile	40,50%	2622,00	17,70%	2967,00	22,80%	-345,00
México	España	32,00%	4955,00	10,50%	3612,00	21,50%	1343,00
Colombia	Chile	49,60%	2769,00	17,70%	3196,00	31,90%	-427,00
Rep. Dominicana	Estados Unidos	38,10%	4441,00	2,40%	3126,00	35,70%	1315,00

% Participación total VS 1º Competidor					Valores	
	1º competidor	Dif. de particip. con 1º competidor	Valor	Rango		
Brasil	Chile	22,80%	3	20,1%→25%	5	0→10%
México	España	21,50%	3	20,1%→25%	4	10,1%→20%
Colombia	Chile	31,90%	1	30,1%→más	3	20,1%→25%
Rep. Dominicana	Estados Unidos	35,70%	1	30,1%→más	2	25,1%→30%
					1	30,1%→más

Diferencia de precios x tn VS 1º Competidor					Valores	
	1º competidor	Dif. de precio unitario con 1º competidor	Valor	Rango		
Brasil	Chile	-345,00	5	<0→0	5	<0→0
México	España	1343,00	1	1001dls→más	4	0→400 dls
Colombia	Chile	-427,00	5	<0→0	3	401dls→700dls
Rep. Dominicana	Estados Unidos	1315,00	1	1001dls→más	2	701dls→1000
					1	1001dls→más

## Apéndice B. Proforma de Venta Finca la Emilia a E-Vinos.

X
Documento no valido como factura
FINCA LA EMILIA S.R.L.
DEPTO EXPORTAÇÃO
25 de Mayo- Colonia Caroya
Córdoba-ARGENTINA
MAIL: <a href="mailto:julian_albarracin@fincalaemilia.com.ar">julian_albarracin@fincalaemilia.com.ar</a>

FATURA PRO-FORMA, Nº	SX0001	COLONIA CAROYA, 17/10/2022
----------------------	--------	----------------------------

IMPORTADOR:	<b>E-VINO COMERCIO DE VINHOS S.A.</b> <b>RUA BELA CINTRA 986</b> <b>SAO PAULO-SP-BRASIL</b> <b>CNPJ: 17.392.519/0001-65</b>
-------------	--

**CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:** ANTECIPADO

**TRANSFERÊNCIA:**

**BANCO INTERMEDIÁRIO:** JPMORGAN CHASE BANK-NY-USA SWIFT CHASUS33

**BANCO BENEFICIÁRIO:** RABOBANK NETHERLANDS SWIFT RABONL2U

**BENEFICIÁRIO FINAL:** FINCA LA EMILIA SRL- 25 DE MAYO 275, COLONIA CAROYA ARGENTINA.  
ACC. NL68RABO0602444660

**VALIDADE DESTA PROPOSTA:** 03 DIAS

**IMPORTANTE:** SOLICITAMOS ENVIAR POR EMAIL A FATURA PRO-FORMA  
ASSINADA PELO GERENTE E COM O CARIMBO DE CNPJ DA EMPRESA/IMPORTADOR.

**SEGURO DA MERCADORIA:** INCLUSO SEGURO NACIONAL E INTERNACIONAL

**ADUANA DE SALIDA:** PASO DE LOS LIBRES - URUGUAIANA

QUANT. UNIDADE	MERCADORIA	PREÇO UNITARIO U\$S / UN.	TOTAL U\$S
1580	CAJAS EN 18 PALLETS QUE CONTIENEN: 9480 BOTELLAS DE VINO MALBEC DE COSECHA 2021	30,73	48.551,43
	<b>FRETE TOTAL</b>		4.083,00
	<b>SEGURO TOTAL</b>		500,00
	<b>CUSTOS TOTAL IMPORTACAO</b>		26.804,30
	<b>VALOR DDP SAO PAULO - BR</b>	50,59	79.938,73


DECLARAMOS QUE OS PREÇOS CONSIGNADOS NA PRESENTE SÃO CORRENTES NO MERCADO DE EXPORTAÇÃO PARA OS PRODUTOS FATURADOS. MERCADORIA DE ORIGEM ARGENTINA.
---

**FINCA LA EMILIA S.R.L.**

Fuente: Elaboración Propia.



Apéndice C. Calculadora FOB para la posición arancelaria 2204.21.00.200F

		<b>CALCULADORA FOB</b>																					
<b>EXPORTACION OF</b> IV PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO ELABORADOS 22 BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE 22.04 VINO DE UVAS FRESCAS, INCLUSO ENCABEZADO; MOSTO DE UVA, EXCEPTO EL DE LA PARTIDA 20.09. 2204.2 -Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol: 2204.21.00 -En recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l 2204.21.00.200F Vino varietal (vino fino) o vino calidad preferente (R.C19/04 INV)		<b>Referencia personalizada</b> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #fff9c4;">                     1580 CAJAS QUE EN 18 PALLETS CONTIENEN: 9480 BOTELLAS DE VINO MALBEC DE COSECHA 2021                 </div>																					
<b>País destino</b> <input type="text" value="Brasil"/>																							
<b>Cantidad de mercadería</b> <input type="text" value="1580"/> UNIDAD		<b>Moneda</b> <input type="text" value="USD"/>																					
		<b>Tipo de Cambio</b> <input type="text"/>																					
<b>COSTOS DE EXPORTACIÓN</b>		<b>DERECHOS</b>																					
<table border="1"> <tr><th colspan="2">USD</th></tr> <tr><td>Costo de la Mercadería</td><td><input type="text" value="21.650,17"/></td></tr> <tr><td>Envases y Embalajes</td><td><input type="text" value="10.575,00"/></td></tr> <tr><td>Flete Interno</td><td><input type="text" value="1.758,57"/></td></tr> <tr><td>Seguro Interno</td><td><input type="text" value="250,00"/></td></tr> <tr><td>Otros gastos directos</td><td><input type="text" value="1.686,00"/></td></tr> </table>		USD		Costo de la Mercadería	<input type="text" value="21.650,17"/>	Envases y Embalajes	<input type="text" value="10.575,00"/>	Flete Interno	<input type="text" value="1.758,57"/>	Seguro Interno	<input type="text" value="250,00"/>	Otros gastos directos	<input type="text" value="1.686,00"/>	<table border="1"> <tr><td>Es orgánico</td><td><input type="text" value="NO"/></td></tr> <tr><td>Derechos Generales de Exportación</td><td><input type="text" value="4,50"/> %</td></tr> <tr><td>Derechos Adicionales Decreto 793/18 - 865/18</td><td><input type="text"/> %</td></tr> </table>		Es orgánico	<input type="text" value="NO"/>	Derechos Generales de Exportación	<input type="text" value="4,50"/> %	Derechos Adicionales Decreto 793/18 - 865/18	<input type="text"/> %		
USD																							
Costo de la Mercadería	<input type="text" value="21.650,17"/>																						
Envases y Embalajes	<input type="text" value="10.575,00"/>																						
Flete Interno	<input type="text" value="1.758,57"/>																						
Seguro Interno	<input type="text" value="250,00"/>																						
Otros gastos directos	<input type="text" value="1.686,00"/>																						
Es orgánico	<input type="text" value="NO"/>																						
Derechos Generales de Exportación	<input type="text" value="4,50"/> %																						
Derechos Adicionales Decreto 793/18 - 865/18	<input type="text"/> %																						
<b>GASTOS INDIRECTOS</b>		<b>UTILIDAD NETA (esperada)</b>																					
<table border="1"> <tr><td>Comisiones</td><td><input type="text" value="1,65"/> %</td></tr> </table>		Comisiones	<input type="text" value="1,65"/> %	<table border="1"> <tr><td>Utilidad Deseada % sobre el Valor FOB</td><td></td></tr> <tr><td>Utilidad Neta</td><td><input type="text" value="30,00"/> %</td></tr> </table>		Utilidad Deseada % sobre el Valor FOB		Utilidad Neta	<input type="text" value="30,00"/> %														
Comisiones	<input type="text" value="1,65"/> %																						
Utilidad Deseada % sobre el Valor FOB																							
Utilidad Neta	<input type="text" value="30,00"/> %																						
<b>REINTEGROS</b>		<b>IMPUESTO A LAS GANANCIAS</b>																					
<table border="1"> <tr><td>Ecológico, biológico</td><td><input type="text" value="NO"/></td></tr> <tr><td>de Origen?</td><td><input type="text" value="NO"/></td></tr> <tr><td>Tiene sello "Alimentos Argentinos..."</td><td><input type="text" value="NO"/></td></tr> </table>		Ecológico, biológico	<input type="text" value="NO"/>	de Origen?	<input type="text" value="NO"/>	Tiene sello "Alimentos Argentinos..."	<input type="text" value="NO"/>	<table border="1"> <tr><td>País destino diferente al de facturación</td><td><input type="text" value="NO"/></td></tr> <tr><td>Es país No cooperante?</td><td><input type="text" value="NO"/></td></tr> <tr><td>Anticipo ganancias</td><td><input type="text" value="0,00"/></td></tr> </table>		País destino diferente al de facturación	<input type="text" value="NO"/>	Es país No cooperante?	<input type="text" value="NO"/>	Anticipo ganancias	<input type="text" value="0,00"/>								
Ecológico, biológico	<input type="text" value="NO"/>																						
de Origen?	<input type="text" value="NO"/>																						
Tiene sello "Alimentos Argentinos..."	<input type="text" value="NO"/>																						
País destino diferente al de facturación	<input type="text" value="NO"/>																						
Es país No cooperante?	<input type="text" value="NO"/>																						
Anticipo ganancias	<input type="text" value="0,00"/>																						
<b>Mercadería elaborada en:</b> Catamarca: Antofagasta de la Sierra. Jujuy: Cochinoqa, Humahuaca, Rinconada, Sta. Catalina, Susques, Tumbaya o Yavi. Salta: La Poma o Los Andes		<b>Precio FOB Oficial</b>																					
<table border="1"> <tr><td>Adicional Reintegros</td><td><input type="text" value="0,00"/> %</td></tr> <tr><td>Reintegros Generales</td><td><input type="text" value="7,00"/> %</td></tr> </table>		Adicional Reintegros	<input type="text" value="0,00"/> %	Reintegros Generales	<input type="text" value="7,00"/> %	<table border="1"> <tr><td>Fecha Prevista de Embarque</td><td><input type="text"/></td></tr> <tr><td>Valor Oficial (Dol/Toneladas)</td><td><input type="text" value="0,00"/> USD</td></tr> <tr><td>Total Valor Oficial</td><td><input type="text" value="0,00"/> USD</td></tr> </table>		Fecha Prevista de Embarque	<input type="text"/>	Valor Oficial (Dol/Toneladas)	<input type="text" value="0,00"/> USD	Total Valor Oficial	<input type="text" value="0,00"/> USD										
Adicional Reintegros	<input type="text" value="0,00"/> %																						
Reintegros Generales	<input type="text" value="7,00"/> %																						
Fecha Prevista de Embarque	<input type="text"/>																						
Valor Oficial (Dol/Toneladas)	<input type="text" value="0,00"/> USD																						
Total Valor Oficial	<input type="text" value="0,00"/> USD																						
		<b>VALOR FOB</b> <input type="text" value="50.560,00"/> USD																					
		<b>VALOR UNITARIO</b> <input type="text" value="32"/> USD																					
		<b>MAS RESULTADOS</b>																					
		<table border="1"> <tr><th colspan="2">USD</th></tr> <tr><td>TOTAL COSTOS DE EXPORTACIÓN</td><td><input type="text" value="35.919,74"/></td></tr> <tr><td>TOTAL GASTOS INDIRECTOS</td><td><input type="text" value="834,24"/></td></tr> <tr><td>COSTO TOTAL</td><td><input type="text" value="36.753,98"/></td></tr> <tr><td>UTILIDAD NETA</td><td><input type="text" value="15.168,00"/></td></tr> </table>		USD		TOTAL COSTOS DE EXPORTACIÓN	<input type="text" value="35.919,74"/>	TOTAL GASTOS INDIRECTOS	<input type="text" value="834,24"/>	COSTO TOTAL	<input type="text" value="36.753,98"/>	UTILIDAD NETA	<input type="text" value="15.168,00"/>										
USD																							
TOTAL COSTOS DE EXPORTACIÓN	<input type="text" value="35.919,74"/>																						
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	<input type="text" value="834,24"/>																						
COSTO TOTAL	<input type="text" value="36.753,98"/>																						
UTILIDAD NETA	<input type="text" value="15.168,00"/>																						
		<table border="1"> <tr><th colspan="2">USD</th></tr> <tr><td>DERECHOS GENERALES</td><td><input type="text" value="2177,22"/></td></tr> <tr><td>DERECHOS ADICIONALES</td><td><input type="text"/></td></tr> <tr><td>TOTAL DERECHOS A PAGAR</td><td><input type="text" value="2177,22"/></td></tr> <tr><td>ANTICIPO IMP. GANANCIAS</td><td><input type="text" value="0"/></td></tr> <tr><td>REINTEGRO A COBRAR</td><td><input type="text" value="3386,79"/></td></tr> </table>		USD		DERECHOS GENERALES	<input type="text" value="2177,22"/>	DERECHOS ADICIONALES	<input type="text"/>	TOTAL DERECHOS A PAGAR	<input type="text" value="2177,22"/>	ANTICIPO IMP. GANANCIAS	<input type="text" value="0"/>	REINTEGRO A COBRAR	<input type="text" value="3386,79"/>								
USD																							
DERECHOS GENERALES	<input type="text" value="2177,22"/>																						
DERECHOS ADICIONALES	<input type="text"/>																						
TOTAL DERECHOS A PAGAR	<input type="text" value="2177,22"/>																						
ANTICIPO IMP. GANANCIAS	<input type="text" value="0"/>																						
REINTEGRO A COBRAR	<input type="text" value="3386,79"/>																						
		<table border="1"> <tr><th colspan="2">USD</th></tr> <tr><td>Flete Internacional</td><td><input type="text" value="2.324,43"/></td></tr> <tr><td>TOTAL CFR</td><td><input type="text" value="52.884,43"/></td></tr> <tr><td>CFR UNITARIO</td><td><input type="text" value="33,47"/></td></tr> </table>		USD		Flete Internacional	<input type="text" value="2.324,43"/>	TOTAL CFR	<input type="text" value="52.884,43"/>	CFR UNITARIO	<input type="text" value="33,47"/>												
USD																							
Flete Internacional	<input type="text" value="2.324,43"/>																						
TOTAL CFR	<input type="text" value="52.884,43"/>																						
CFR UNITARIO	<input type="text" value="33,47"/>																						
		<table border="1"> <tr><th colspan="2">USD</th></tr> <tr><td>Seguro de Carga Internacional</td><td><input type="text" value="250,00"/></td></tr> <tr><td>TOTAL CIF</td><td><input type="text" value="53.134,43"/></td></tr> <tr><td>CIF UNITARIO</td><td><input type="text" value="33,63"/></td></tr> </table>		USD		Seguro de Carga Internacional	<input type="text" value="250,00"/>	TOTAL CIF	<input type="text" value="53.134,43"/>	CIF UNITARIO	<input type="text" value="33,63"/>												
USD																							
Seguro de Carga Internacional	<input type="text" value="250,00"/>																						
TOTAL CIF	<input type="text" value="53.134,43"/>																						
CIF UNITARIO	<input type="text" value="33,63"/>																						
		<table border="1"> <tr><th colspan="2">USD</th></tr> <tr><td>Total Impuestos Directos Importación (IPI, PIS, COFINS, ICMS)</td><td><input type="text" value="23.219,31"/></td></tr> <tr><td>Total Gastos Aduaneros</td><td><input type="text" value="193,12"/></td></tr> <tr><td>Honorarios Despachante, Tasa Siscomex, Tasa Clasificación MAPA, Almacenaje Multilog</td><td></td></tr> <tr><td>Uruguaiana - RS</td><td></td></tr> <tr><td>Impuesto sobre salida</td><td><input type="text" value="3.341,88"/></td></tr> <tr><td>Impuestos sobre la venta de la mercadería</td><td><input type="text" value="50,00"/></td></tr> <tr><td>TOTAL COSTOS IMPORTACIÓN</td><td><input type="text" value="26.804,30"/></td></tr> <tr><td>TOTAL DDP</td><td><input type="text" value="79.938,73"/></td></tr> <tr><td>DDP UNITARIO</td><td><input type="text" value="50,59"/></td></tr> </table>		USD		Total Impuestos Directos Importación (IPI, PIS, COFINS, ICMS)	<input type="text" value="23.219,31"/>	Total Gastos Aduaneros	<input type="text" value="193,12"/>	Honorarios Despachante, Tasa Siscomex, Tasa Clasificación MAPA, Almacenaje Multilog		Uruguaiana - RS		Impuesto sobre salida	<input type="text" value="3.341,88"/>	Impuestos sobre la venta de la mercadería	<input type="text" value="50,00"/>	TOTAL COSTOS IMPORTACIÓN	<input type="text" value="26.804,30"/>	TOTAL DDP	<input type="text" value="79.938,73"/>	DDP UNITARIO	<input type="text" value="50,59"/>
USD																							
Total Impuestos Directos Importación (IPI, PIS, COFINS, ICMS)	<input type="text" value="23.219,31"/>																						
Total Gastos Aduaneros	<input type="text" value="193,12"/>																						
Honorarios Despachante, Tasa Siscomex, Tasa Clasificación MAPA, Almacenaje Multilog																							
Uruguaiana - RS																							
Impuesto sobre salida	<input type="text" value="3.341,88"/>																						
Impuestos sobre la venta de la mercadería	<input type="text" value="50,00"/>																						
TOTAL COSTOS IMPORTACIÓN	<input type="text" value="26.804,30"/>																						
TOTAL DDP	<input type="text" value="79.938,73"/>																						
DDP UNITARIO	<input type="text" value="50,59"/>																						

Fuente: Elaboración Propia.

## ANEXOS

## Anexo I. Cotización de Gastos Aduaneros de Importación.



MEMORIAL DE CÁLCULO IMPORTAÇÃO					
CLASSIFICAÇÃO TARIFÁRIA					
PRODUTO	VINHOS	PESO LIQUIDO	14.220,00	N.C.M:	2204.21.00
Valor Mercadoria	US\$	48.551,43		Embalagem/Quantidade	cxs 9.480,00
Frete Internacional	US\$	4.083,00		Taxa Siscomex	R\$ 154,50
Seguro	US\$	500,00			
Acréscimos	US\$	0,00		Dólar Fiscal	R\$ 5.2824
<b>TOTAL</b>	<b>US\$</b>	<b>53.134,43</b>		Dólar Cambial	R\$ 5,2950
<b>TOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>278.036,11</b>		Referência	VINHO LA EMILIA
IMPOSTOS INCIDENTES NA IMPORTAÇÃO					
Imposto de Importação - II	Aliquota	0,00%	R\$	-	
Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI	Aliquota	6,50%	R\$	18.072,35	
Programa de Integração Social - PIS	Aliquota	2,10%	R\$	5.838,76	
Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - COFINS	Aliquota	9,65%	R\$	26.830,48	
Direitos Anti-Dumping	US\$/kg	0,00	R\$	-	
Imposto sobre Circulação de Mercadorias - ICMS NORMAL	Aliquota	18,0%	R\$	72.204,63	
Marinha Mercante	Aliquota	0,0%	R\$	-	
<b>Total Impostos Diretos</b>			<b>R\$</b>	<b>122.946,22</b>	
DESPESAS ADUANEIRAS					
Honorários Despachante Aduaneiro			R\$	700,00	
Taxa Siscomex			R\$	154,50	
Taxas Classificação MAPA			R\$	18,06	
Liberação de AWB / BL			R\$	-	
Transferencia para local apropriado - carga refrigerada / container			R\$	-	
Demais despesas Poly			R\$	-	
THC / Handling			R\$	-	
Armazenagem Multilog Uruguaiana - RS			R\$	150,00	
Energia e Monitoramento Reefer/Porto / por dia			R\$	-	
Movimentação para inspeção ANVISA/MAPA/RFB			R\$	-	
Deposito garantia (agencia maritima / armador)			R\$	-	
Deposito garantia (agencia maritima / armador)			R\$	-	
S.D.A			R\$	-	
Armazenagem 2º Porto			R\$	-	
Retirada TCP			R\$	-	
Serviços Trading			R\$	-	
<b>Total Despesas Aduaneiras</b>			<b>R\$</b>	<b>1.022,56</b>	
VENDA DA MERCADORIA					
DEMONSTRATIVO DE NOTA DE REMESSA					
Valor total da NF de saída			R\$	381.313,35	
Imposto sobre Circulação de Mercadorias - ICMS NORMAL	Aliquota	4,0%	R\$	15.252,53	
CUSTO DA MERCADORIA					
CUSTOS DE MOVIMENTAÇÃO NÃO INCIDENTE NOS IMPOSTOS					
Despesas de câmbio			R\$	264,75	
Frete Internacional			R\$	-	
Carga e Descarga			R\$	-	
Frete Nacional			R\$	-	
Seguro Nacional	Aliquota	0,00%	R\$	-	
Despesas Diversas ( Emissão de MIC/CRT entre outros documentos)			R\$	-	
<b>Total Impostos sobre venda da Mercadoria</b>			<b>R\$</b>	<b>264,75</b>	
INDICES DE CUSTOS DA MERCADORIA					
Custo da Mercadoria em Quilogramas			R\$	28,06	
Custo da Mercadoria em volumes			R\$	42,09	
Ponto de equilibrio			R\$	399.008,61	
Valor da Venda			R\$	381.313,35	
Lucro/Prejuízo Líquido na Operação por volumes			R\$	(1,87)	
<b>Sub Total</b>			<b>R\$</b>	<b>124.233,53</b>	
<b>Comissão</b>			<b>R\$</b>	<b>0,00</b>	
<b>Impostos sobre saída</b>			<b>R\$</b>	<b>17.695,26</b>	
<b>TOTAL</b>			<b>R\$</b>	<b>141.928,79</b>	

Fuente: Proporcionado por Ágil Despachos Aduaneiros.