



Licenciatura en Comercio Internacional
Seminario Final de Comercio
Internacional

Trabajo Final de Grado - Reporte de Caso

Nuevos mercados en Latinoamérica para vinos artesanales
“Finca La Emilia”

Alumna: Andrea Alejandra Cornella
D.N.I. N° 20531010
Legajo: VCIN03140

Tutora: Sofía Bulacio

Río Grande - Tierra del Fuego, A.e I.A.S.
2022

Resumen

El presente estudio se realizó en una empresa familiar dedicada a la producción de vinos artesanales de alta gama, radicada en Colonia Caroya, provincia de Córdoba. La búsqueda de un mercado dentro de América Latina fue la meta para una primera experiencia de internacionalización.

En ese análisis se tuvo en cuenta la realidad organizacional, el sector doméstico y el entorno internacional mediante el uso de las herramientas FODA, PEST y la búsqueda de los principales exportadores e importadores de vino que definieron el potencial exportador de la organización.

Con posterioridad, para determinar si los objetivos específicos podían ser satisfechos, se utilizó como herramienta el Proceso de Análisis Jerárquico para encontrar el país indicado, siendo Brasil el más apropiado. Aunque más compleja, la estrategia de penetración elegida fue la exportación directa, asegurando así que el deseo de mantener los valores familiares de “Finca La Emilia” serían respetados por el importador seleccionado. Por último, utilizando el manual del exportador elaborado por la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba se señalaron los trámites y secuencias a tener presente al momento de llevar a cabo una exportación a fin de reducir riesgos e incertidumbre.

Para finalizar, se expusieron las conclusiones y recomendaciones para que este emprendimiento familiar pueda incursionar en el comercio internacional y sostener esta operatoria en el tiempo.

Palabras clave

Vino artesanal; Internacionalización; Exportar; Mercado; Latinoamérica.

Abstract

This study was carried out in a family business dedicated to the production of high-end artisanal wines, located in Colonia Caroya, province of Córdoba. The search for a market within Latin America was for a first internationalization experience.

In this analysis, the organizational reality, the domestic sector and the international environment were taken into account, through the use of the SWOT, PEST Analysis and the search for the main exporters and importers of wine, which defined the organization's export potential.

Subsequently, to determine if the specific objectives could be met, the Analytic Hierarchy Process was used as a tool to find the indicated country, Brazil being the most appropriate.

Although more complex, the chosen penetration strategy was direct export, thus ensuring that the desire to maintain the family values of “Finca La Emilia” would be respected by the selected importer. Finally, using the exporter’s manual prepared by the Chamber of Foreign Trade of Córdoba the procedures and sequences to be kept in mind when carrying out an export were indicated, in order to reduce risks and uncertainty.

Finally, the conclusions and recommendations were presented, so that this family business can venture into international trade and sustain this operation over time.

Keywords

Craft wine; Internationalization; Export; Market; Latin America

Índice

Introducción.....	05
Objetivo general.....	06
Objetivos específicos.....	06
Análisis de Situación.....	07
Análisis sector interno.....	07
Análisis del sector doméstico.....	08
Factor político.....	08
Factor económico.....	10
Factor sociocultural.....	12
Factor tecnológico.....	13
Análisis internacional.....	13
Principales importadores.....	14
Principales exportadores.....	14
Diagnóstico y Discusión.....	16
Marco Teórico.....	17
Desarrollo.....	18
Conclusiones y Recomendaciones.....	27
Referencias.....	28

Introducción

El presente Trabajo Final de Graduación tiene como propósito la elaboración de un Reporte de Caso enfocado en detectar oportunidades de nuevos mercados dentro de Latinoamérica para aquellos vinos denominados “artesanales” producidos por la bodega cordobesa ‘Finca La Emilia’.

El establecimiento se encuentra ubicado en la localidad de Colonia Caroya, departamento Colón de la provincia de Córdoba. Acceder al mismo no reviste inconvenientes puesto que está a pocos kilómetros de la Ruta Nacional Número 9, siendo la zona parte del corredor denominado “Camino del Vino” promocionado por la Agencia Córdoba Turismo.

La ciudad de Colonia Caroya fue fundada en 1876 por decreto del entonces presidente Nicolás Avellaneda en los terrenos que habían sido utilizados para el primer asentamiento jesuita en nuestro país y a los que posteriormente fueron llegando inmigrantes europeos, sobre todo de la Región del Friuli (Italia).

La bodega caroyense inició su actividad agrícola enfocada en la producción de duraznos y uvas tradicionales alrededor del año 1990. Con el correr del tiempo, y a instancias de su fundador, se reconvierte incorporando cepas finas importadas de Italia siendo las variedades elegidas merlot, cabernet y malbec. Años después y gracias al asesoramiento de profesionales y técnicos enólogos, se da paso a la elaboración y comercialización de vinos finos barricados que fueron premiados entre los años 2008 y 2009. Este acontecimiento sirvió de respaldo y aliciente al emprendimiento para elevar la calidad de su producción y no conformarse con la elaboración de vinos populares (Universidad Siglo 21, 2022).

La finca bajo estudio fue precursora participando en eventos para ser reconocida fuera del ámbito caroyense logrando que otros emprendedores siguieran su camino para así marcar la diferencia de producir vinos en Córdoba, diferencia que no solo los haría reconocidos a nivel nacional sino también a nivel internacional. La internacionalización de vinos artesanales en la región cuenta con pocos antecedentes pudiendo mencionarse las bodegas cordobesas que han decidido intentarlo según el portal “Exportadores de Córdoba”:

- ‘Bodega Estancia Las Cañitas’ (Villa Berna).
- ‘Bodega Familia Furfaro’ (Villa Ciudad Parque Los Reartes).
- ‘Bodega Terra Camiare’ (ex Bodega Nanini, Colonia Caroya).
- ‘Bodega La Caroyense’ (Colonia Caroya).

Datos de consumo interno y exportación a nivel nacional se encuentran en el sitio oficial MI ARGENTINA, también hay información regional complementaria en artículos periodísticos de revistas especializadas e informes del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) y la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR). En cuanto a bibliografía se puede conocer parte de la historia del vino en Córdoba a través de “Vinos de Córdoba, el terruño Jesuita” de Esteban Papalini (propietario de bodega).

‘Finca La Emilia’ es una empresa familiar clasificada como Pequeña y Mediana Empresa (PYME), sin empleados permanentes, cuya actividad está centrada en la producción de vinos a pequeña escala, apuntando a un nicho de mercado conformado por restaurantes y hoteles de alta gama, vinotecas y circuitos turísticos de un poder adquisitivo alto. Su misión es ser un establecimiento boutique que mantenga el concepto de tradición familiar adaptada a los nuevos tiempos y su visión es llevar al suelo que los vio nacer a un lugar reconocido como productor de vinos de alta calidad. Por ser una de las fincas más antiguas que conservan la tradición familiar y vitivinícola del Friuli es muy valorada y reconocida entre sus colegas de la región.

En 2004 se apuesta por anexar la actividad vitivinícola incorporando cepas importadas y lanzando al mercado la marca de vinos “Vittorio” (Universidad Siglo 21, 2022).

La empresa se especializa en vinos tintos barricados, obteniendo los mejores resultados en la elaboración del Merlot. Así, se busca llegar a un público consumidor que se atreva a sabores alternativos, que no se conforme con los tan afamados Malbec nacionales. La producción en pequeña escala no deja altos rendimientos, pero al tratarse de vinos boutique se puede obtener un diferencial ya sea ingresando al negocio turístico del vino como también a la oferta en restaurantes selectos o vinotecas exclusivas.

De acuerdo a las conclusiones y recomendaciones a las que se arribe la finca podrá incorporar nuevos desafíos al mirar otros mercados teniendo presente su permanente inquietud de superación y aprovechando la posición geográfica estratégica de su ubicación que favorece el acercamiento a países latinoamericanos ávidos de productos argentinos.

Objetivo General

Detectar oportunidades de negocios en Latinoamérica que le permitan a ‘Finca La Emilia’ exportar vino artesanal de alta gama en un plazo no mayor a un semestre.

Objetivos Específicos



- Establecer un mercado meta en Latinoamérica para la exportación de vino artesanal.
- Identificar la estrategia óptima de ingreso para el producto a internacionalizar.
- Definir el proceso de exportación del vino artesanal de ‘Finca La Emilia’ al mercado seleccionado.

Análisis de la Situación

Es necesario para poder avanzar en una propuesta conocer el contexto en el que se encuentra inserta la empresa. Para el análisis interno se utiliza la herramienta FODA (Humphrey, 1960.) que permite identificar fortalezas y debilidades que son contrarrestadas con oportunidades y amenazas. Por su parte, para el análisis del sector doméstico la herramienta PEST (Aguilar, 1967) brinda los parámetros nacionales que afectan la exportación. Y por último, para el entorno internacional se investigan las exportaciones e importaciones mundiales para detectar la competencia y potenciales clientes.

Análisis del sector interno

‘Finca La Emilia’ es una pequeña bodega ubicada en la ciudad de Colonia Caroya, provincia de Córdoba, Argentina, que elabora vinos de alta calidad. Fundada en 1990, y sin olvidar las intenciones de su fundador, se fue adaptando a los diferentes desafíos que la modernización impone. Su organigrama no existe de manera formal, la titular ante los organismos de contralor es monotributista y delega mandato en uno de sus descendientes. No cuenta con personal en relación de dependencia, se contrata a otros inscriptos en el monotributo para las tareas estacionales y recibe el asesoramiento de un profesional enólogo. Son propietarios del suelo, plantaciones, herramientas, equipos y sus instalaciones están compuestas por un galpón acondicionado para la elaboración y fraccionamiento del vino. La capacidad productiva se encuentra en su punto óptimo, de acuerdo al tipo de cepa, producto final deseado e infraestructura (Universidad Siglo 21, 2022).

Tabla 1: Matriz F.O.D.A. 'Finca La Emilia'

<p>FORTALEZAS</p> <p>Misión y Visión claras. Finca e infraestructura propias. Ubicación estratégica. Reconocimiento local y nacional por la calidad de sus productos. Predisposición de los dueños a cambios, incluyendo la internacionalización.</p>	<p>DEBILIDADES</p> <p>Infraestructura y productividad limitadas. Sin organigrama, lo que indica que no tiene un área especializada en exportación. Empresa monotributista. Sin empleados permanentes. Sin experiencia en comercio internacional. No cuenta con distribuidores, su canal de venta es directo de fábrica.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Ubicación geográfica cercana a rutas del Mercosur. Demanda creciente en países limítrofes de vinos argentinos, sobre todo artesanales. Rápida recuperación post pandemia en países con acuerdos comerciales con Argentina. Tipo de cambio elevado. Apoyo organismos de promoción.</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>Variables climáticas pueden afectar cosecha. Inestabilidad económica del país. Políticas gubernamentales cambiantes. Costos elevados de mantenimiento e insumos. Retenciones a la exportación. Competidores de otras provincias con experiencia exportadora. Exigencias de adaptación del producto en países importadores.</p>

Fuente: elaboración propia

Análisis del sector doméstico

Factor político

El 10 de diciembre de 2019 sucede en la Presidencia de la Nación al Ing. Mauricio Macri el abogado Alberto Fernández. A un período marcado por políticas de centroderecha y neoliberal le sucede un gobierno identificado más con las políticas de centro izquierda e ideas keynesianas. Los primeros meses de gobierno no fueron nada fáciles, marcados por una profunda recesión y el inicio de una de las cuarentenas más extensas por la pandemia del COVID-19:

Como resultado, en las elecciones legislativas [sic], que tuvieron lugar en noviembre de 2021, el partido peronista gobernante en Argentina vio cómo su coalición de centroizquierda perdía la mayoría en el Congreso por primera vez en casi 40 años. En 2022, el Congreso tendrá que aprobar un acuerdo de deuda con el FMI. Sin embargo, como el FMI no es una institución popular entre los argentinos, el acuerdo

puede disminuir aún más la popularidad del presidente. No obstante, el acuerdo proporcionará a los inversionistas seguridad jurídica y macroeconómica, lo que constituye un gran paso para volver a un crecimiento significativo y una parte importante de la estrategia del presidente para atraer nuevas inversiones, al tiempo que se aborda el problema de la deuda de Argentina y se tratan otros temas como la inflación, la pobreza y el desempleo (Santander Trade, 2022, <https://bit.ly/3ha2kps>).

El gobierno sostiene una política de comercio internacional cerrada, aunque en los últimos meses ha mantenido conversaciones de intercambio con China y Estados Unidos. Luego de la recesión provocada por la pandemia del COVID-19 la mayoría de los países aceleró la celebración de acuerdos comerciales, no acompañando Argentina el mismo ritmo (Diario Alfí, 2022).

En Argentina existen organismos públicos y privados que brindan asesoramiento, capacitación y ayuda para simplificar procesos en el camino de la internacionalización. Los bancos provinciales y nacionales integran esta cadena también al ofrecer líneas crediticias para exportadores. Entre las agencias se pueden mencionar a nivel nacional a la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional y la Asociación de Importadores y Exportadores de la República Argentina (AIERA), en tanto a nivel provincial en Córdoba encontramos la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba (CACEC), la Agencia Pro Córdoba, la Agencia Córdoba Innovar + Emprender y Exportadores de Córdoba.

En el marco internacional, Argentina celebró acuerdos de intercambio con otros países. Es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC); del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y por medio del mismo se relaciona con México, Perú, Chile, India, Egipto, Israel, Palestina y la Unión Europea; de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y sostiene conversaciones con países de Centroamérica, África y Asia (Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICE), 2022). Debido a los desencuentros ideológicos con el presidente de Uruguay y al ex presidente de Brasil Jair Bolsonaro, el MERCOSUR se debilita en esta etapa, dado que mientras ellos querían abrir sus economías a tratados bilaterales nuestro país lo hacía en sentido contrario.

Otro punto a tener en cuenta en cuanto a política internacional se refiere es el conflicto bélico entre Ucrania y Rusia que no afecta de manera significativa la exportación de vinos argentinos puesto que ninguno de los dos países se encuentra entre los principales compradores.

Factor económico

La economía argentina, al igual que su política, se caracteriza por su inestabilidad constante. A pesar de ello, según el sitio web Santander Trade (2022), ocupa un lugar importante en lo que hace a la producción agrícola. Se sitúa en el primer lugar en cuanto a exportaciones de soja y el tercero en producción de sus derivados, es el mayor exportador de biocombustibles y el sexto en cuanto a su producción. Las principales actividades agrícolas son la cría de ganado, la producción de trigo, maíz, soja transgénica, cítricos, tabaco, té y uva, esta última destinándose en gran parte a la elaboración de vino. No obstante la importancia de la actividad, sólo representa el 7,1% del Producto Bruto Interno (PBI) y emplea al 0.1% de la población, datos dados a conocer por el Banco Mundial para los años 2022. Las exportaciones del sector son fundamentales para el ingreso de divisas al país, estando las de cereales muy afectadas por la intensa sequía que hace décadas no se daba en las cuencas productoras.

Durante el segundo semestre del año 2022 el PBI a nivel país registró un alza del 4%, y de acuerdo a proyecciones del FMI esa tendencia seguiría durante 2023 y 2024 con un 2%. El PBI anual 2022 alcanzó un estimado de 630.70 millones de dólares, y el PBI per cápita los 13.622 dólares. La deuda pública 2022 llegó a los 396.539 millones de dólares, siendo el 80,62% del PBI. Si se menciona la percepción de la corrupción, el índice bajó a 38 puntos respecto del año anterior, ubicando al país en el puesto 96 de 186, es decir, empeoró. Durante el segundo semestre de 2022, la tasa de desempleo ha sido de 6,9%, existiendo una significativa informalidad laboral, como también un alto grado de pobreza que involucra a más del 40% del total de la población argentina (Datosmacro, 2022).

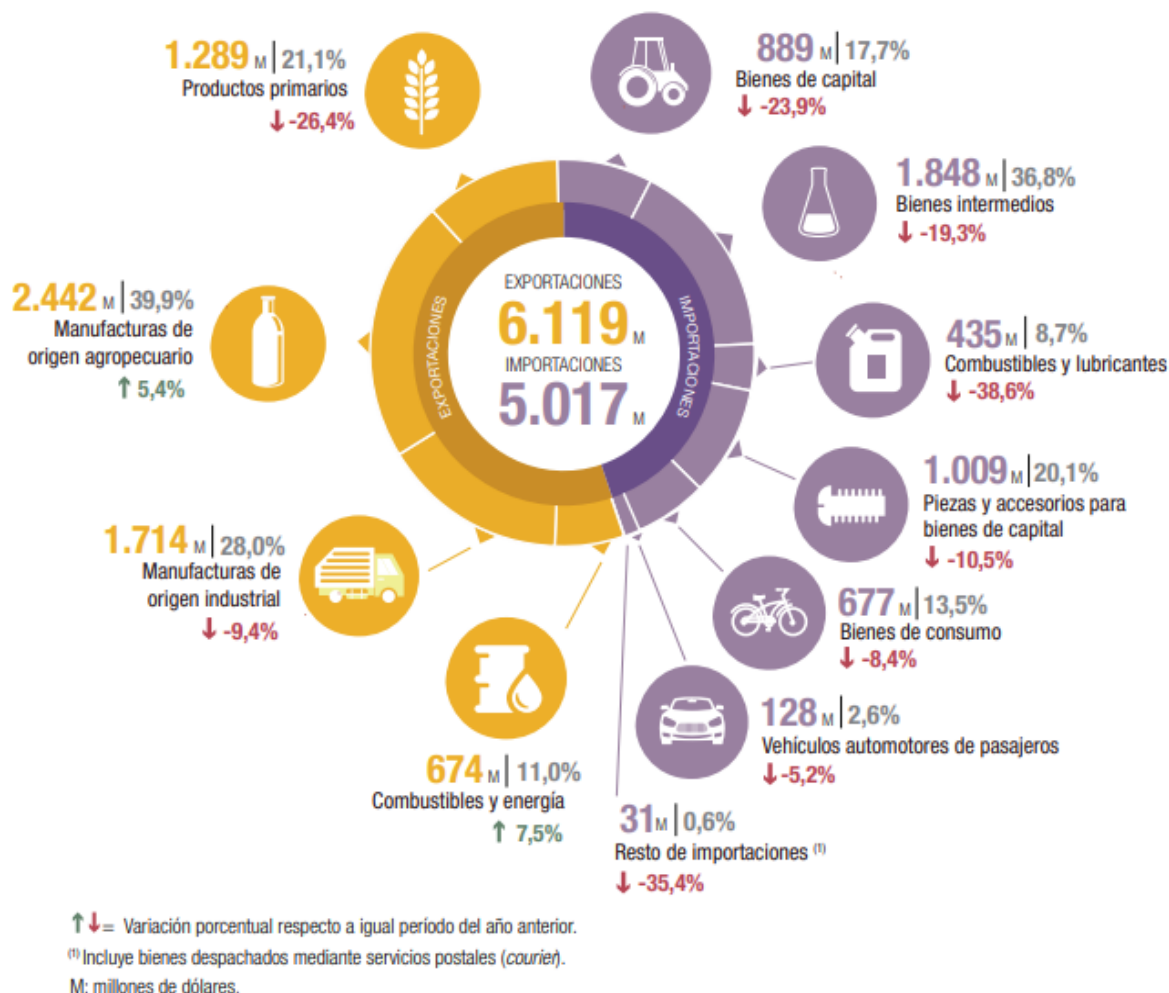
El sitio web Datosmacro.com no arroja datos alentadores en relación al Índice de Precios al Consumidor (IPC) pues el acumulado anual a diciembre 2022 ha sido del 94,8% y la variación mensual del mismo del 5,1%. Los controles cambiarios y las bajas reservas de divisas mantienen un elevado riesgo para la inversión. El Riesgo País (nivel de confianza en un país para invertir) calculado por J.P. Morgan el 30/12/2022 asciende a 2209 puntos y el Doing Business 2022 (facilidad para hacer negocios) informado por el Banco Mundial posiciona en el puesto 126 de 190 a la Argentina. Puede indicarse que el déficit fiscal, la búsqueda de financiamiento externo y las

altas tasas de interés son el resultado de una economía reactiva. La tasa nominal activa para plazos fijos de hasta \$100.000 intransferible se sitúa en el 75% y las pizarras del Banco de la Nación Argentina al 30/12/2022 establecen un tipo de cambio comprador de \$175,25 y de \$183,25 para la venta (dólar oficial).

Con la finalidad de contener la salida de capitales del país y evitar una mayor depreciación de la moneda local, en noviembre de 2011 el gobierno implementó lo que se conoce como cepo cambiario donde debía solicitarse autorización para la compra de moneda extranjera. A lo largo de estos once años se fue flexibilizando o ajustando según la necesidad de contener las reservas y evitar la devaluación y fueron surgiendo distintas maneras de hacerse de las divisas y que a criterio del diario El País (2022) “han complejizado el mercado de cambios hasta límites que fuera de Argentina podrían parecer de ciencia ficción” (<https://bit.ly/3V95RTR>). Es así que hoy conviven, según *Ámbito* (2022) más de diez (10) tipos de cambio: oficial (de referencia), mayorista (agentes comercio exterior), blue (mercado informal), futuro (operaciones a futuro), contado con liquidación (compra venta de acciones o títulos en el exterior), mep (compra de bonos en bolsa porteña), ahorro (oficial con más aplicación de impuesto del 30% y pago a cuenta de ganancias del 35%), turista o tarjeta (oficial más impuesto del 30% y percepción del 45%), para turistas extranjeros (compran los bancos o casas de cambio), cedears (certificados de depósitos de empresas que cotizan en el exterior), ledes (compra de letras del tesoro), cripto (compra de criptomonedas) y soja (Programa de incremento exportador vigente hasta el 31/05/2023). Para el sector exportador vitivinícola rige la obligación de liquidar divisas en un plazo de 180 días y la cámara que nuclea a las principales bodegas del país (Bodegas de Argentina) no solo ha solicitado la eliminación del derecho de exportación, sino también la creación de un tipo de cambio al estilo “dólar soja” para el sector (Página 12, 2022).

Con respecto a la Balanza Comercial, el INDEC ha publicado el intercambio comercial argentino al mes de diciembre 2022 donde se registra un superávit de 1.102 millones de dólares. Las exportaciones descendieron el 7,1% respecto a igual mes del año 2021 en tanto las importaciones disminuyeron un 19,3% en relación al mismo mes del 2021.

Imagen 1: Exportaciones por grandes rubros e importaciones por usos económicos diciembre 2022



Fuente: INDEC (2022)

Focalizando en la producción vitivinícola nacional se puede decir que se extiende desde Jujuy a Chubut con 17.000 productores, 23.931 viñedos y 900 bodegas activas, favoreciendo con más de 106.000 empleos directos y 280.000 indirectos.

Factor sociocultural

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) elabora un ranking que analiza el desarrollo de la salud, la educación y los ingresos. Para el período 2021-2022, Argentina se ubicó en el puesto 47 de 191 países en el mundo y segundo en Latinoamérica. El Índice de Desarrollo Humano (IDH) fue de 0,842 y tuvo en cuenta tres variables: vida larga y saludable, conocimientos y nivel de vida digno.

Los datos provisorios del CENSO poblacional 2022 (al 31/01/23) informados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), estiman que Argentina cuenta con una

población de 46.044.703, de los cuales, 23.818.924 son mujeres, y 22.202.755 varones. La esperanza de vida es de 76,81 años, la densidad poblacional de 15,9 habitantes por kilómetro cuadrado.

Las condiciones de vida informadas por el INDEC para el primer semestre 2022 reportan que un 89,6% de los hogares cuentan con acceso al agua corriente, un 69,2% acceden a gas de red, en tanto el 74,0% tiene servicio de cloacas.

La sociedad argentina, en los últimos años, pasó de tener una clase media única a una clase media segmentada y con incremento de los estratos más bajos reflejándose en el desigual acceso a los recursos tecnológicos, instrumentales y educativos. Las medidas tomadas en 2020 por el COVID-19 afectaron la producción, el consumo y los ingresos a pesar de las medidas gubernamentales de asistencia que se implementaron para mitigar ese impacto.

En cuanto al tema de relevancia para este trabajo, la vitivinicultura, para el argentino, constituye un elemento de socialización, un indicador del sentido de pertenencia ya sea geográfico, social o espiritual y así se deja indicado en el Decreto 1800/2010 donde se lo declara bebida nacional, sancionándose posteriormente la Ley 26.870 cuyo propósito es dar a conocer las tradiciones y características culturales involucradas en la producción, elaboración y consumo.

Factor tecnológico

Argentina cuenta con un Ministerio de Ciencias, Tecnología e Innovación cuya misión es fortalecer un proceso productivo que genere mayor inclusión social y mejore la competitividad económica argentina utilizando la ciencia, la tecnología y la innovación. Dicho Ministerio, a cargo de Daniel Filmus, financia investigaciones e infraestructuras, promueve la interacción entre lo académico y lo productivo en todas las áreas de la sociedad.

Se han firmado acuerdos para la investigación al servicio de la producción vitivinícola, el INV puso a disposición una plataforma que permitirá a productores y elaboradores conocer la ubicación de los distintos varietales disponibles en el país.

Desde COVIAR se pone a disposición de los pequeños productores, utilizando tecnologías de precisión y teledetección, equipos que pueden realizar un diagnóstico del viñedo y así utilizar los recursos de manera eficiente mejorando las condiciones del cultivo y aumentando el rendimiento y calidad de la producción.

Análisis internacional

Para la toma de decisiones cuando se piensa en expandir la empresa a mercados internacionales es fundamental conocer el comportamiento de los mercados destino sin importar el tamaño del emprendimiento

El producto a ofrecer por ‘Finca La Emilia’, para la Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM), se identifica con el código 2204.21.00 (vinos finos de uvas frescas, excepto los espumosos, en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros), correspondiendo al Sistema Informático Malvina (SIM) el 2204.21.00.200 F (vino varietal (vino fino) o vino calidad preferente (R.C001/96 INV) en recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros) (Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), 2022).

Principales Importadores

Tabla 2: Principales importadores a nivel mundial del producto 220421 durante el año 2021

País Importador	Valor Importado en USD
Estados Unidos de América	5.011.333
Reino Unido	3.071.341
Alemania	2.186.295
Canadá	1.901.763
China	1.456.800
Países Bajos	1.424.027

Fuente: elaboración propia en base a datos de Trade Map (2022)

Tabla 3: principales importadores en América Latina y el Caribe del producto 220421 en el 2021

País Importador	Valor importado en USD
Brasil	449.211
México	209.301
Colombia	65.057
República Dominicana	59.045
Paraguay	41.388
Perú	33.499

Fuente: elaboración propia en base a datos de Trade Map (2022)

Principales Exportadores

Tabla 4: principales exportadores a nivel mundial del producto 220421 durante el año 2021

País Exportador	Valor exportado en USD
Francia	8.050.605
Italia	5.761.915
España	2.203.524
Chile	1.600.976
Australia	1.211.388
Estados Unidos de América	1.190.819
Nueva Zelandia	1.016.131
Portugal	1.002.852
Alemania	927.615
Argentina	764.490

Fuente: elaboración propia en base a datos de Trade Map (2022)

Tabla 5: principales exportadores en América Latina y el Caribe del producto 220421 durante 2021

País Exportador	Valor exportado en USD
Chile	1.600.976
Argentina	764.490
Uruguay	18.760
Brasil	9.800
República Dominicana	7.440
Jamaica	3.123
México	2.357
Panamá	2.062
Guatemala	1.459

Fuente: elaboración propia en base a datos de Trade Map (2022)

Como es observable en las tablas Argentina no está entre los países importadores del producto 220421, pero sí entre los primeros diez exportadores mundiales y en segundo lugar dentro de los latinoamericanos. Dado que el mercado al que se pretende acceder es el latinoamericano el análisis se hará tomando en cuenta aquellos con los que nuestro país tiene acuerdos comerciales para la exportación (MERCOSUR/ALADI), la cercanía geográfica (países limítrofes) y los costos en logística. La gran competencia es el vecino país de Chile que goza de acuerdos más favorables.

Diagnóstico y Discusión

Habiendo efectuado el análisis de situación de 'Finca La Emilia' teniendo en cuenta la situación interna, el sector doméstico y el internacional se obtuvo información relevante que permitió visualizar la oportunidad de expansión de la empresa al mercado internacional, más específicamente al latinoamericano.

Desde lo interno se detectó que las fortalezas y oportunidades se encuentran en consonancia con la posibilidad de pensar en la internacionalización del producto, siendo contrarrestados menormente por el tipo de contribuyente (monotributista) que limita la facturación, la falta de un organigrama que aporte la figura de un asesor en comercio exterior y marketing y la imposibilidad de incrementar la producción por haber llegado al punto óptimo o máximo de su capacidad productiva. El producto fue reconocido por su alta calidad y gozó de premiaciones que lo calificaron para tener la oportunidad de ser exportado.

En el entorno doméstico se tuvo en cuenta que al ser Argentina miembro del MERCOSUR y ALADI las mayores posibilidades de comercialización se encontraban en los países latinoamericanos miembros debido a nulas o menores tributaciones en los países de ingreso. Además, el precio interno de venta resulta elevado de abonar para el consumidor local, pero sí lo hace competitivo frente al consumidor internacional. El factor económico es el que más dificultades presentó por la inestabilidad de las medidas económicas nacionales con una economía cerrada que no favoreció el desarrollo y crecimiento en mercados internacionales, las trabas a la industria y los tipos cambiarios entorpecieron los tratados comerciales. Las altas tasas de interés y la constante alza inflacionaria registradas condicionaron cualquier tipo de inversión que deseara realizarse para la mejora en los procesos productivos. No obstante las dificultades mencionadas, se detectaron organismos dispuestos a colaborar y otorgar facilidades a los emprendedores que decidan enviar sus productos fuera del país asesorando sobre normas para exportar, barreras arancelarias o logística más conveniente, recomendando a los titulares de la organización contactarse con ellos. La necesidad de ingresos de divisas observada, seguramente replanteará algunas disposiciones gubernamentales como la baja en retenciones o la modificación en el tipo de cambio necesario para concretar operaciones que permitan una suba en las liquidaciones por exportaciones por lo que se deberá estar atento a las novedades que trasmitan los órganos que promocionan el comercio exterior.

En el plano internacional el país se ubicó en el décimo puesto a nivel mundial y en segundo en Latinoamérica en cuanto a exportaciones vitivinícolas se refiere, y esto confiere ventajas a la hora de la promoción del producto. Los principales países importadores latinoamericanos son miembros del MERCOSUR o de ALADI, con las ventajas arancelarias que ello implica. Y pensando a futuro, entre los principales importadores a nivel mundial se pudo observar que algunos de ellos tienen acuerdos preferenciales o de inversión con nuestro país.

Optar por la internacionalización de los vinos de ‘Finca La Emilia’, en base a lo analizado, y sin dejar de lado los factores de riesgo, puede resultar una experiencia exitosa, no solo para un mejor posicionamiento de la empresa sino también para reafirmar su visión de llevar a lo más alto al suelo que la vio nacer.

Marco Teórico

Una vez realizado el análisis interno, doméstico e internacional que rodean a un emprendimiento y arribado a un diagnóstico deben elegirse las herramientas más convenientes para el logro de los objetivos específicos propuestos y así lograr el objetivo general.

Objetivo específico N° 1

- ❖ Establecer un mercado meta en Latinoamérica para la exportación de vino artesanal.

La herramienta escogida es el Proceso de Análisis Jerárquico o Analytic Hierarchy Process (AHP), desarrollada por Thomas L. Saaty en 1980 para resolver problemas complejos a través de la selección de criterios múltiples. También es conocida como regla de decisión multicriterio. Para poder evaluar la matriz cada criterio debe ser ponderado previamente siguiendo una escala de valores con rangos establecidos y luego esos resultados se colocan en una matriz que permite visualizar la mejor alternativa (Quintero, 2013).

Para la evaluación el valor de ponderación es colocado por quien está haciendo la investigación, donde normalmente los valores más bajos son los peores y los más altos los mejores. Una vez que se finaliza ese procedimiento los datos se vuelcan a la matriz y ahí se procede a la selección de la mejor alternativa.

En el presente caso, para una primera selección, la distancia geográfica será tenida en cuenta para descartar los países que no cumplan con reglas de cercanía. Posteriormente se hará una nueva elección donde los marcadores serán políticos, económicos, distancia y culturales.

Objetivo específico N° 2

- ❖ Identificar la estrategia óptima de ingreso para el producto a internacionalizar.

Para analizar la mejor manera de penetrar en un mercado, se deben tener en claro las distintas maneras de exportar y los canales de distribución.

Entre los tipos de exportación se encuentran la exportación indirecta, donde los exportadores se relacionan con empresas nacionales que actúan como intermediarias; la exportación directa, donde la propia empresa vende de manera directa en el otro país al cliente o representante local y, por último, la distribución integrada donde el propietario debe invertir en un mercado extranjero para lograr la venta de su producto.

En tanto, los canales de distribución pueden ser directos (fabricante-consumidor) o multiniveles (distintos intermediarios) (Universidad Siglo 21, 2021).

Objetivo específico N° 3

- ❖ Definir el proceso de exportación del vino artesanal de ‘Finca La Emilia’ al mercado seleccionado.

Para el cumplimiento de este objetivo se utiliza la herramienta brindada por la Cámara de Comercio de Córdoba (2020), el manual del exportador llamado “La Exportación paso a paso”, donde se indican los puntos a tener en cuenta para una experiencia exitosa al momento de exportar.

Dicho manual clasifica el proceso exportador en tres (3) etapas: comercial, operativa y posventa. En el presente trabajo se utilizan los puntos que sean pertinentes de acuerdo a la empresa de la que se trata.

Además de las herramientas mencionadas para el logro de los objetivos específicos se usan como elementos de asistencia los sitios oficiales de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), Banco Mundial, Datosmacro, INDEC, Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, Penta Transaction, Tarifar, Trade Map, VUCE y la ley 22.415 (Código Aduanero).

Desarrollo

Una vez efectuado el Diagnóstico y buscado las herramientas más convenientes para el logro de los objetivos específicos propuestos en el Marco Teórico se aplicaron las mismas en el Desarrollo para así alcanzar el objetivo general propuesto para “Finca La Emilia”.

Establecer un mercado meta en Latinoamérica para la exportación de vino artesanal

El primer paso ha sido la búsqueda del mercado meta y considerando que ésta es la primera experiencia de internacionalización de la empresa se tuvo en cuenta la cercanía geográfica

(América del Sur) de los principales importadores del producto 220421 durante el año 2021 (Tabla 3). Surgió así que los países seleccionados son Brasil, Colombia, Paraguay y Perú.

Tabla 6: principales países sudamericanos importadores durante 2021 del producto 220421

País Importador	Valor Importado en USD	Cantidades Importadas en Tn
Brasil	449.211	153.077
Colombia	65.057	21.483
Paraguay	41.388	25.099
Perú	33.499	8.659

Fuente: elaboración propia en base a datos de Trade Map (2022)

Una vez seleccionados los principales importadores se comenzó con las ponderaciones y luego la confección de la matriz multicriterio. Las variables elegidas para obtener información sobre con quién convendría iniciar un proceso de internacionalización fueron: valor exportado en USD por Argentina para la posición 220421, PBI per cápita, IPC, tipo de cambio, riesgo país, balanza comercial, *doing business*, desempeño logístico, acuerdos comerciales, distancia entre “Finca La Emilia” y la capital del país e idioma.

Variables y valores

Los puntajes que se eligieron para posteriormente realizar la ponderación de las variables estuvieron en el rango del 1 al 3 donde 1 es la menor calificación y 3 la máxima.

Tabla 7: exportaciones argentinas durante 2021 del producto 220421

País	Valor exportado en USD	Puntaje obtenido	Puntaje	Valores
Brasil	81.330	3	3	> 30.000
Colombia	10.795	1	2	15.001 a 30.000
Paraguay	16.096	2	1	0 a 15.000
Perú	13.153	1		

Fuente: elaboración propia en base a datos de Trade Map (2022)

Tabla 8: PBI per cápita durante 2021

País	PBI per cápita en USD	Puntaje obtenido	Puntaje	Valores
Brasil	7515	3	3	> 5.999
Colombia	6159	3	2	3000 a 5.999
Paraguay	5302	2	1	0 a 2.999
Perú	6773	3		

Fuente: elaboración propia en base a datos de Datosmacro (2022)

Tabla 9: inflación anual 2021

País	IPC	Puntaje obtenido	Puntaje	Valores
Brasil	10,2	1	3	0 a 3,99
Colombia	5,6	2	2	4 a 8,99
Paraguay	6,8	2	1	> 8,99
Perú	7,0	2		

Fuente: elaboración propia en base a datos de Datosmacro (2022)

Tabla 10: tipo de cambio al 15/10/2022

País	Tipo de Cambio (un dólar)	Puntaje obtenido	Puntaje	Valores
Brasil	5,11 reales brasileiros	3	3	1 a 1000
Colombia	4.579,79 pesos colombianos	1	2	1001 a 2000
Paraguay	7156,17 guaraníes	1	1	> 2000
Perú	3,96 soles	3		

Fuente: elaboración propia en base a datos de Google Finance (2022)

Tabla 11: riesgo país a septiembre de 2022

País	Riesgo País	Puntaje obtenido	Puntaje	Valores
Brasil	259	2	3	1 a 200
Colombia	381	1	2	201 a 300
Paraguay	327	1	1	> 300
Perú	165	3		

Fuente: elaboración propia en base a datos de Ambito (2022)

Tabla 12: balanza comercial 2021

País	Balanza Comercial (en millones de USD)	Puntaje obtenido	Puntaje	Valores
Brasil	46.124,1	3	3	> 20.000
Colombia	-20.813,9	1	2	1 a 20.000
Paraguay	-3.012,4	1	1	< 0
Perú	12.270,80	2		

Fuente: elaboración propia en base a datos de Datosmacro (2022)

Tabla 13: doing business 2020

País	Doing Business	Puntaje obtenido	Puntaje	Valores
Brasil	124	1	3	1 a 60

Colombia	67	2	2	61 a 120
Paraguay	125	1	1	> 120
Perú	76	2		

Fuente: elaboración propia en base a datos de Doingbusiness (2022)

Tabla 14: desempeño logístico 2018

País	Desempeño Logístico	Puntaje obtenido	Puntaje	Valores
Brasil	2,99	2	3	> 2,99
Colombia	2,94	2	2	2 a 2,99
Paraguay	2,78	2	1	0 a 1,99
Perú	2,69	2		

Fuente: elaboración propia en base a datos de Bancomundial (2022)

Tabla 15: acuerdos comerciales vigentes 2022

País	Acuerdos Comerciales	Puntaje obtenido	Puntaje	Valores
Brasil	MERCOSUR/ALADI	1	1	SÍ
Colombia	MERCOSUR/ALADI	1	0	NO
Paraguay	MERCOSUR/ALADI	1		
Perú	MERCOSUR/ALADI	1		

Fuente: elaboración propia en base a datos de la OMC

Tabla 16: distancia desde "Finca La Emilia" a la capital del país

País	Distancia (en kilómetros)	Puntaje obtenido	Puntaje	Valores
Brasil	3.045	2	3	1 a 2.000
Colombia	6.129,1	1	2	2.001 a 4.000
Paraguay	1.158	3	1	> 4.000
Perú	3.242,4	2		

Fuente: elaboración propia en base a datos de Google Maps (2022)

Tabla 17: idioma

País	Idioma	Puntaje obtenido	Puntaje	Valores
Brasil	portugués	1	2	castellano
Colombia	castellano	2	1	otro
Paraguay	castellano	2		
Perú	castellano	2		

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los valores obtenidos, se procedió a confeccionar la Matriz Multicriterio.

Tabla 18: matriz multicriterio para la selección del mercado

Criterio	Ponderación	Brasil		Colombia		Paraguay		Perú	
		Puntaje	Total	Puntaje	Total	Puntaje	Total	Puntaje	Total
Exportaciones 220421 año 2021	0,10	3	0,30	1	0,10	2	0,20	1	0,10
PBI per cápita 2021	0,10	3	0,30	3	0,30	2	0,20	3	0,30
Inflación anual 2021	0,05	1	0,05	2	0,10	2	0,10	2	0,10
Tipo de cambio	0,05	3	0,15	1	0,05	1	0,05	3	0,15
Riesgo país	0,10	2	0,20	1	0,10	1	0,10	3	0,30
Balanza comercial	0,10	3	0,30	1	0,10	1	0,10	2	0,20
Doing Business 2020	0,05	1	0,05	2	0,10	1	0,05	2	0,10
Desempeño logístico	0,10	2	0,20	2	0,20	2	0,20	2	0,20
Acuerdos comerciales	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10
Distancia Col.Caroya/capital país	0,10	2	0,20	1	0,10	3	0,30	2	0,20
Idioma	0,05	1	0,05	2	0,10	2	0,10	2	0,10
Totales	0,90		1,90		1,35		1,50		1,85

Fuente: elaboración propia

Observando los datos de la matriz se arribó como resultado a que Brasil es el país en el que se puede llevar a cabo una primera experiencia de internacionalización ya que logró la mayor puntuación respecto de los otros tres países analizados con un importante monto de importación de vinos argentinos, un buen ingreso per cápita y una balanza comercial interesante, además de contar con una logística adecuada y acuerdos comerciales con Argentina.

Identificar la estrategia óptima de ingreso para el producto a internacionalizar

A pesar de ser una de las opciones más complejas se optó por la exportación directa, es decir que ‘Finca La Emilia’ venderá directamente al importador interesado en el producto. Para la elección del potencial comprador se analizaron informes de comercio exterior de la Agencia Pro Salta (2020), de la Agencia Pro Mendoza (2018), del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto (2022) y de la institución Wines of Argentina (2022), de los cuales se desprendió que el sector más apropiado para la venta es la región sureste de Brasil por ser a) la de mayor poder adquisitivo, por tener preferencia por el consumo de vinos tintos debido a que marida bien con las carnes rojas que son las favoritas en esa región, y b) la de los mayores importadores del producto 220421 (Trade Map, 2022).

Durante el mes de julio de 2022, Wines of Argentina, con el apoyo de COVIAR, organizó una misión inversa enfocada en las PyMes para promover su crecimiento en el mercado brasileño. De esa misión participaron representantes de supermercados, empresas importadoras y distribuidoras de vino del vecino país, y entre los asistentes se advirtió que la importadora Liber

Wines (2022) tiene como guía, según reza en su página web, “el respeto y la admiración por las bodegas familiares centenarias que tienen el don de transformar una vid en arte” (<https://liberwines.com.br/>), concepto que ‘Finca La Emilia’ valora desde el momento en que decide ser un establecimiento que mantiene el concepto de tradición familiar adaptada a los nuevos tiempos, produciendo vinos de alta calidad.

Definir el proceso de exportación del vino artesanal de ‘Finca La Emilia’ al mercado seleccionado

Una vez que se analizó y encontró el mercado adecuado se procedió a iniciar el proceso exportador, en este caso utilizando la herramienta sugerida por la CaCEC (2020), el manual “Exportador| La Exportación paso a paso”.

Etapas comerciales

Como punto de partida, la empresa debe inscribirse como exportador en el Registro Especial Aduanero de la AFIP y en el INV debiendo acreditar que no se encuentra en estado de falencia, no estar concursado, no tener antecedentes en el Registro de Infractores, tener el alta en los sistemas SICNEA y SITA de AFIP. Al ser una Pyme monotributista no está obligada a acreditar solvencia económica (AFIP, 2022).

El producto del que se trata necesita contar con la intervención de terceros organismos, en este caso, del Instituto Nacional de Vitivinicultura.

El tratamiento arancelario de la posición 2204.21.00.200 F (vino varietal (vino fino) o vino calidad preferente (R.C19/04 INV)) que le corresponde, es el de tributar un 4,5% como Derecho de Exportación y recibir un 7% en concepto de reintegro (intro/extra zona). Como la empresa registró inscripción en el Registro de Empresas MiPyMEs y cuenta con el pertinente certificado vigente puede desgravar el Derecho de Exportación. En cuanto a los impuestos interiores la provincia de Córdoba no grava con Ingresos Brutos las exportaciones, como así tampoco el municipio de Colonia Caroya aplica tasas contributivas.

El plazo establecido para el ingreso y liquidación de divisas es de 180 días corridos.

Una vez aclarados los temas precedentes al exportador se consideró ofrecer a Liber Wines el envío de 462 cajas conteniendo 12 botellas de vidrio de 750 cm³ correctamente etiquetadas a un valor unitario FCA de USD 9,38, midiendo cada caja 31.5cm x 24cm x 33cm con separadores de cartón sólido que evitan la rotura de las botellas, paletizadas en 11 europallets a ser transportados en contenedor de 20 pies por vía terrestre. Cada pallet soporta 42 cajas. El incoterm seleccionado

fue el FCA Córdoba ya que la carga en el transporte elegido por el importador será en el domicilio de la bodega, asumiendo así los gastos y riesgos del transporte de la mercadería

Imagen 2: cotización 'Finca La Emilia'

Finca La Emilia		OFERTA COMERCIAL
De Emilia Vidal C.U.I.T. 27-01445893-5 Calle 144 Lote 28D Cel +54 9 3525 465215 Email emiliaavidal@laemilia.com.ar Colonia Caroya Córdoba		Colonia Caroya, 23 de Octubre de 2022
LIBER WINES Rua Buenos Aires, 10 sala 1001 Carmo - Sion, Belo Horizonte - MG, 30315-570, Brasil Teléfono +55 31 2534-0070		
Producto	Vino 'Finca La Emilia'	
Código NCM	2204.21.00	
Cantidad	5544 botellas de 750 ml	
Peso (aproximado)	6.652,80 kilos	
Embalaje	462 cajas cartón de 31,5x24x33 palletizadas	
Condición de Compra	FCA Córdoba	
Precio FCA Unitario	USD 9,38	
Condición de Pago	Carta de Crédito	
Medio de transporte	Terrestre	
Plazo de Entrega	45 días	
Validez de la Oferta	10 días	

Fuente: elaboración propia

Etapa Operativa

Si la oferta fuera aceptada se emite la factura proforma y se contratan los servicios de un despachante aduanero. Los cálculos se realizan con datos estimados extraídos de búsquedas en Internet dado que no fueron respondidos los pedidos de cotización por los diferentes sectores involucrados.

A continuación, se transcribe el detalle de los costos de la operación estimando por botella en USD 7,00 el EXW Córdoba, el que incluye costos de producción, envase y embalaje.

Tabla 19: datos para cálculo INCOTERMS 2020 FCA, CPT y CIP Córdoba

Origen	Colonia Caroya, Córdoba, Argentina
Despacho Aduanero	AFIP DGA Córdoba
Costo Total (CT) (Costo EXW Cba)	USD 38.808

Insumos Importados Temporalmente (IIT)	No posee
Insumos Importados en forma directa (IID)	No posee
Comisión del Agente fija (CAf)	No aplica
Derecho de Exportación (%DN)	0 (se encuentra inscrita en el registro MiPyme)
Reintegro (%R)	7% (0,07)
Comisión del Agente (%CAg)	1% del FCA (0,01)
Honorarios del Despachante (%HonDA)	1% del FCA (0,01)
Otros gastos (%O)	0,375% (0,25% de CAD y 0,125% de transferencia)
Utilidad Impuesto a las Ganancias (%UIG)	30% (incluye Impuesto a las Ganancias) (0,30)
Flete Internacional	USD 4.000
Seguro Internacional	1% del FCA (0,1)

Fuente: elaboración propia

Tabla 20: cálculo FCA total y unitario

$\frac{CT + (IIT + IID + CA_f) - \%DN * IIT}{1 + \%R - (\%CA_g * \%R) - \%DN - \%CA_g - \%HonDA - \%O - \%UIG}$
$\frac{38808}{1 + 0,07 - 0,0007 - 0 - 0,01 - 0,01 - 0,00375 - 0,30}$
$\frac{38808}{0,7455}$
FCA = USD 52.056,34
FCA UNITARIO = USD 52.056,34 / 5.544 → USD 9,38

Fuente: elaboración propia con datos de Tabla 19

De acuerdo al FCA obtenido se procede al cálculo del correspondiente reintegro que es del 7%.

$\%R * (FCA - IIT - IID - CA_f - (CA_g * FCA))$
$0,07 * (52.056,34 - (0,01 * 52.056,34))$
Monto a Recibir: USD 3.607,50

Fuente: elaboración propia con datos de Tablas 19 y 20

Tabla 21: cálculo CPT total y unitario

$CPT = FCA + \text{Flete Internacional}$
$CPT = \text{USD } 52.056,34 + \text{USD } 4.000$
CPT: USD 56.056,34
CPT UNITARIO = USD 56.056,34/5.544 → USD 10,11

Fuente: elaboración propia con datos de Tablas 19 y 20

Tabla 22: cálculo del CIP total y unitario

$CIP = CPT + (FCA * 1\%)$
$CIP = \text{USD } 56.056,34 + (\text{USD } 52.056,34 * 1\%)$

CIP: USD 56.576,90
CIP UNITARIO = USD 56.576,90/5.544 → USD 10,20

Fuente: elaboración propia con datos de Tablas 19, 20 y 21

Tabla 23: cálculo del DDP

CIP	USD 56.576,90
Tasa de cambio del día 23/10/2022	R\$ 5,16
Valor Aduanero Convertido	R\$ 291.936,80
Alícuota II (%) 0,00 Tributo II	R\$ 0
Alícuota IPI (%) 10,00 Tributo IPI	R\$ 29.193,68
Alícuota PIS (%) 2,10 Tributo PIS	R\$ 6.130,67
Alícuota COFINS (%) 9,65 Tributo COFINS	R\$ 28.171,90
Costo Tributos Federales	R\$ 63.496,25
Tasa del Siscomex	R\$ 185
Gastos Aduaneros	R\$ 364,05
Despacho Aduanero	R\$ 1910,00
ICMS Importación (%) alícuota 18 Belo Horizonte	R\$ 78.561,68
Total costo producto internacionalizar	R\$ 436.453,78

Fuente: elaboración propia

Luego, para estimar el valor de venta interno, asumiendo un margen de ganancia del 60% del costo del producto internalizado:

Precio de venta R\$ 436.453,78 * 1.6 = R\$ 698.326,04 (total) Precio unitario: R\$ 125,96 (USD 24,41)
--

Etapa postventa

Una vez concretada la operación la empresa deberá evaluar el resultado económico obtenido ajustando precio internacional, cotizaciones y costos.

Para poder visualizar mejor la secuencia y tiempos que llevaría todo el proceso de internacionalización se utiliza un diagrama de Gantt, el que mediante barras horizontales sombreadas indica el tiempo aproximado de ejecución de cada tarea. El plan inicia con un stock inicial de vinos correspondientes a las cosechas 2018 y 2019.

Tabla 24: diagrama de Gantt

	2022/11		2022/12			2023/01			2023/02			2023/03						
ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Inscrip.registros INV y Aduanero	■	■																
Selección de mercado		■	■	■	■													
Determinación precio exportador					■	■												
Contacto potencial cliente							■	■	■									
Negociación										■								
Factura pro forma											■							
Packing list y certif.de origen												■	■					
Operatoria aduanera														■	■	■		
Cobro Carta de Crédito																	■	
Envío y llegada a destino mercadería																		■

Fuente: elaboración propia

Conclusiones y Recomendaciones

“Finca La Emilia” supo mantener la tradición friulana aun teniendo que reconvertirse cuando fue necesario, lo que le valió el respeto de sus colegas y ser ejemplo a la hora de innovar. Y en ese proceso de modernización no pudo faltar el deseo de extender las fronteras más allá de su natal Colonia Caroya.

En función de los datos obtenidos en el presente reporte se logró responder al objetivo general planteado ya que fue posible localizar entre los países sudamericanos nuevos mercados para “Finca La Emilia”, siendo Brasil el país seleccionado principalmente por el volumen de importación del producto 220421, proximidad geográfica, acuerdos comerciales y desempeño logístico, quedando también Perú bien posicionado para una futura experiencia.

En función de lo expresado se elaboró una propuesta que respetó la misión y la visión de la empresa, ser conocidos por las bondades del producto y promocionar el lugar de origen en un corto plazo. Abrirse al mercado internacional ofrece la oportunidad de seguir creciendo de manera continua respetando un cronograma de trabajo.

No obstante los resultados positivos del reporte, se creyó conveniente efectuar recomendaciones, para obtener mayores beneficios en próximas exportaciones. La participación en organismos dedicados al fomento del comercio internacional y la contratación de un asesor en la materia se consideraron necesarios, como así también la creación de una página web o un perfil en redes sociales que refuerce su presencia en el mercado contemplando el aspecto publicitario y la posibilidad de ingreso al *e-commerce*.

Referencias

Administración Federal de Ingresos Públicos. (2022). *Registros Especiales Aduaneros*.

Recuperado de <https://www.afip.gob.ar/registroAduanero/registro/concepto.asp>

Agencia Pro Mendoza. (2018). *Informe de Mercado. Vino Fino. NCM 22042100*. Recuperado de

<https://www.promendoza.com/wp-content/uploads/2018/04/Mercado-de-vinos-en-Brasil.pdf>

Agencia Pro Salta. (2020). *Informe de Comercio Exterior: Vinos*. Recuperado de

<https://prosalta.org.ar/wp-content/uploads/2021/06/informe-sectorial-vinos.pdf>

Ámbito. (2022). Riesgo país argentino. *Ambito*.

Recuperado de <https://www.ambito.com/contenidos/riesgo-pais.html>

Ámbito. (2022). Dólar: cuántos tipos de cambio hay en la Argentina? *Ambito*. Recuperado de

<https://www.ambito.com/finanzas/dolar/cuantos-tipos-cambio-hay-la-argentina-n5495845>

Banco de la Nación Argentina. (2022). Cotizaciones.

Recuperado de <https://www.bna.com.ar/Personas>

Banco Mundial. (2022). Agricultura, valor agregado (% del PBI – Argentina. Recuperado de

<https://datos.bancomundial.org/indicador/NV.AGR.TOTL.ZS?locations=AR>

Banco Mundial. (2022). Doing Business. *Banco Mundial*. Recuperado de

<https://archive.doingbusiness.org/es/data/exploreconomies/argentina>

Cámara de Comercio Exterior de Córdoba. (2022). *Exportador/ La Exportación paso a paso*.

Recuperado de

https://www.cacec.com.ar/uploads/medialibrary/ArchivosVarios/ARCHIVO_2_1594146177.pdf

Datosmacro. (2022). Argentina: economía y demografía.

Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/paises/argentina>



Datosmacro. (2022). IPC de Argentina. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/argentina>

Diario Alfil. (24 de febrero de 2022). La Argentina, entre los países con menos acuerdos comerciales del mundo. *Diario Alfil*. Recuperado de <https://www.diarioalfil.com.ar/2022/02/24/la-argentina-entre-los-paises-con-menos-acuerdos-comerciales-del-mundo/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). Estadísticas. Recuperado de <https://www.indec.gob.ar/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *Informe comercial argentino. Cifras estimadas de agosto de 2022*. Recuperado de https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ica_01_23044100BE61.pdf

Liber Wines. (2022). Liber Wines. Recuperado de <https://liberwines.com.br/>

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. (2022). Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/ciencia>

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto. (2022). Guía de Negocios: exportando a Brasil. Recuperado de <https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2022). OCDE. Recuperado de <https://www.oecd.org/economy/panorama-economico-argentina/>

Página 12. (6 de septiembre de 2022). Dólar Malbec: 5 claves del pedido de las bodegas. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/479693-dolar-malbec-5-claves-del-pedido-de-las-bodegas>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo Argentina. (2022). Informe sobre Desarrollo Humano 2021-2022. Recuperado de <https://www.undp.org/es/argentina/noticias/informe-sobre-desarrollo-humano-2021-2022>



- Rivas Molina Federico. (25 de julio de 2022). El dólar en Argentina: seis tipos de cambio para detener la sangría del Banco Central. *Diario El País*. Recuperado de <https://elpais.com/argentina/2022-07-25/el-dolar-en-argentina-seis-tipos-de-cambio-para-detener-la-sangria-del-banco-central.html>
- Quintero Alberto. (2013). *Los métodos y procesos multicriterios para la evaluación*. Luna Azul. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/luaz/n36/n36a14.pdf>
- TRADE MAP. (2022). Trade map. Recuperado de <https://www.trademap.org/>
- Santander Trade. (2022). Argentina: política y economía. *Santander Trade*. Recuperado de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/argentina/politica-y-economia>
- Sistema de Información sobre Comercio Exterior. (2022). Acuerdos comerciales con Argentina. *SICE*. Recuperado de https://www.sice.oas.org/ctyindex/arg/argagreements_s.asp
- Universidad Empresarial Siglo 21. (2021). CANVAS. *Universidad Empresarial Siglo 21*. Recuperado de https://siglo21.instructure.com/courses/11617/pages/efip-i#lectura_04
- Universidad Empresarial Siglo 21. (2022). CANVAS. *Universidad Empresarial Siglo 21*. Recuperado de <https://siglo21.instructure.com/courses/16652/pages/reporte-de-caso-modulo-0#org3>
- Ventanilla Única de Comercio Exterior. (2022). VUCE. Recuperado de <https://ci.vuce.gob.ar/posicion?posicion=2204.21.00.200F&operacion=exportacion>
- Wines of Argentina. (2022). *WoFa apuesta a las misiones inversas con foco en las PyMES*. Recuperado de https://winesofargentina.org/es/single-news/20_07_2022/wofa-apuesta-a-las-misiones-inversas-con-foco-en-pymes