

2022

Universidad Siglo 21

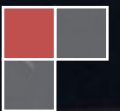
Análisis de oportunidad comercial en Asia,
para exportación de maní.

Paula Agustina Mansilla

DNI: 41.438.931

Legajo: VCIN05571

Carrera: Licenciatura en Comercio Internacional



Resumen.

En el proceso de desarrollo del Trabajo Final de Grado, se han analizado e investigado diferentes etapas de negocio, para la empresa Campo Agrícola, y su producto maní blanchado, y su ingreso en el mercado asiático.

Se han llevado a cabo diferentes análisis, entre ellos, el reporte de caso, estudiando los factores externos e internos de la compañía, para obtener una visión adecuada del macroentorno que la rodea, y así lograr un buen criterio del posicionamiento actual en el que se encuentra la empresa en relación al mercado.

Gracias a una selección por filtración de datos, se ha logrado distinguir a los mayores importadores de maní blanchado en la región asiática, y el nivel de oportunidad de cada país en dicha región, seleccionando como destino a la República de China. Y desde allí se eligió el mecanismo adecuado para introducir a la empresa al mercado importador.

Palabras claves: maní blanchado;, análisis de negocio;, exportación;, Asia.

Abstract.

In the process of developing the Final Degree Project, different business stages have been analyzed and investigated, for the company Campo Agrícola, and its blanched peanut product, and its entry into the Asian market.

Different analyzes have been carried out, among them, the case report, studying the external and internal factors of the company, to obtain an adequate vision of the macroenvironment that surrounds it, and thus achieve a good criterion of the current position in which it is located. Find the company in relation to the market.

Thanks to a selection by data filtration, it has been possible to distinguish the largest importers of blanched peanuts in the Asian region, and the level of opportunity of each country in said region, selecting the Republic of China as the destination. And from there the appropriate mechanism was chosen to introduce the company to the import market.

Keywords: blanched peanuts; business analysis; export; Asia.

Introducción.

La empresa Campo Agrícola, perteneciente al sector agrícola de Argentina, más específicamente del departamento Tercero Arriba, de la provincia de Córdoba, fundada en el año 2004 a raíz por el legado de 3 hermanos. Su proyecto se trataba del desarrollo de un negocio dentro del rubro agropecuario, originalmente concentrado en la explotación agrícola primaria, maíz, soja, maní y en ocasiones trigo, aunque abiertos a la posibilidad de ampliar sus horizontes (Universidad Siglo 21, 2022).

La empresa cuenta con una explotación “base” de 552 hectáreas. Los cultivos mencionados anteriormente son sembrados entre los meses de octubre y diciembre, dependiendo de las características del cultivo, la disponibilidad de lotes y factores climáticos. Según la fecha de siembra será la fecha de cosecha que se ubicará entre los meses de marzo y junio del siguiente año (Universidad Siglo 21, 2022).

Teniendo en cuenta que Argentina en el año 2020 se posicionó como el mayor exportador a nivel mundial de maní, podemos ver un amplio panorama en posibilidades para la exportación de dicho producto. Además de examinar el dinamismo de negocio que actualmente posee Campo Agrícola, ya que su producto es vendido a empresas regionales, para su posterior exportación

La empresa en si no realiza exportaciones, pero una gran parte de su producción es vendida a exportadores del complejo agroindustrial de Rosario, los cuales se encargan de procesarlo para su posterior exportación (Universidad Siglo 21, 2022).

Especificaciones de la posición arancelaria:

Tabla N° 1: Posición arancelaria del producto: 1202.42.00.310J.

12 Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forrajes.
12.02 Maníes (cacahuets, cacahuates) sin tostar ni cocer de otro modo, incluso sin cáscara o quebrantados.
1202.4 Los demás.
1202.42.00 Sin cáscara, incluso quebrantados.
1202.42.00.3 Maní blanchado
1202.42.00.310J Entero
Derechos de exportación: 3.00%
Reintegro extrazona: 0,50%
Reintegro intrazona: 0,50%

Fuente: (Ventanilla Única de Comercio Exterior, 2022).

La importación de maní en el mercado asiático ha tenido un crecimiento asiduo en los últimos años. China duplicó su importación en los últimos 5 años, así también hay países que han tenido amplio crecimiento en ésta rubro y ocupan las primeras posiciones de países importadores de maní, como Indonesia, Vietnam, Malasia y Tailandia (TRADE MAP, 2022).

Objetivo general:

- Identificar oportunidades comerciales para el maní pelado también conocido como “maní *blanched*” o “maní blanchado” en la región asiática para lograr las primeras exportaciones en el primer semestre del año 2023.

Objetivos específicos:

- Seleccionar el mercado asiático más atractivo para la exportación de maní.
- Describir el mecanismo de penetración de mercado para realizar el proceso exportador del maní blanqueado en Asia.

Análisis de la Situación.

Se contempla un análisis general interno del funcionamiento de la empresa en cuestión y, a su vez, se realiza un análisis del macroentorno y un análisis internacional preliminar.

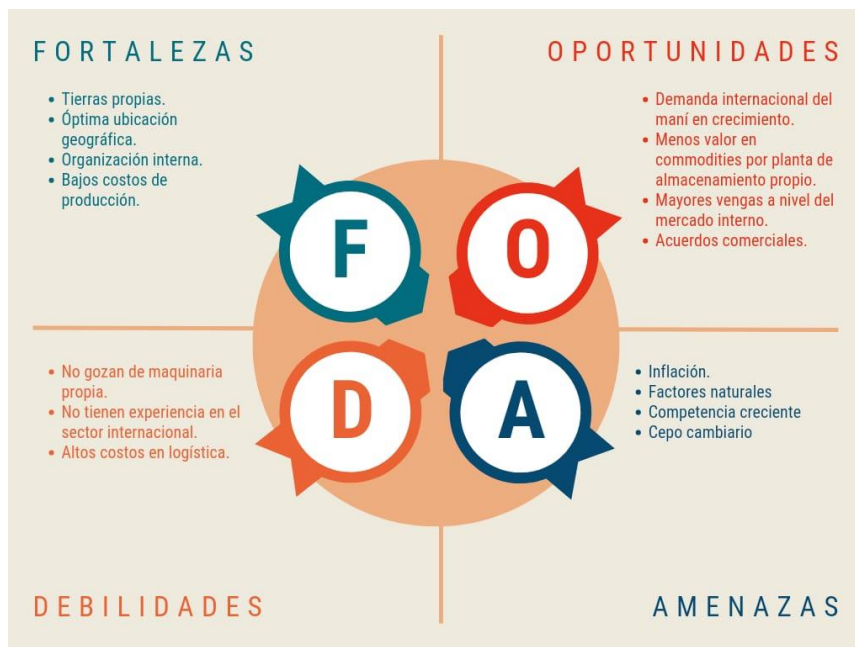
Campo Agrícola cuenta con 552 hectáreas, que son propiedad de 3 hermanos herederos de las tierras, las cuales son arrendadas a terceros para la producción de maíz, soja, maní y en algunas ocasiones trigo. El cuarto miembro de esta sociedad es el contador y administrador de la empresa. Año a año varía la cantidad de hectáreas explotadas conforme a la necesidad y cantidad de arrendamientos posibles (Universidad Siglo 21, 2022).

Se da inicio al proceso con la elección y destinación de los lotes a los distintos cultivos. Generalmente esto ya está determinado con antelación, porque se mantiene una política de rotación en los distintos tipos de cultivo (básicamente, soja y maíz), para mantener la mayor sustentabilidad agraria y económica para el mediano y largo plazo. En ocasiones se presenta que un lote se arrienda a una sola campaña agrícola, para un cultivo determinado (algo común en la siembra del maní). Así se asignan los distintos lotes para su respectivo cultivo y comienza la planificación (Universidad Siglo 21, 2022).

Al no poseer maquinaria para las tareas del desarrollo de los servicios se planifica con los proveedores el manejo y orden de cada lote, dependiendo las tareas de siembra pulverización y fertilización, si analizamos a la empresa con respecto al comercio internacional, ésta no cuenta con experiencia, además de no poseer un departamento (Universidad Siglo 21, 2022).

Con el análisis FODA llegaremos a un mayor entendimiento de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para determinar el correcto panorama interno de la empresa.

Ilustración N° 1: Análisis FODA de la empresa Campo Agrícola.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis del sector domestico.

El análisis PESTEL será de ayuda para identificar los distintos aspectos que afectan a la empresa con respecto a la exportación.

PESTEL es un acrónimo de “político, económico, social, tecnológico, ecológico/ambiental y legal (Gutierrez Rojas & Correa, 2017).

Factor Político:

En la actualidad de nuestro país el factor político es uno de los que tiene más peso a la hora de querer introducirnos en el mercado exterior.

Argentina es un país en un constante desequilibrio, esto lo lleva a tener problemas con sus relaciones internacionales.

En una economía mundial cada vez más complicada, con conflictos bélicos y geopolíticos, con inflación y desaceleración en el nivel de actividad, Argentina sin ser atractiva con respecto a las exportaciones, competitividad e inserción internacional. Hay un estancamiento económico que vive el país desde el 2012 y persiste hasta la actualidad, con una dinamización muy acelerada de la inflación, que apunta en 2022 a no menos de 70% anual (O'Connor, 2022).



Grafico N° 1: Exportaciones de bienes de Argentina.

Fuente: (Economista, 2022).

La comparación de las exportaciones argentinas con las importaciones mundiales es aleccionadora, como se verifica en el gráfico, hasta el 2011, “acompañaron” el ciclo mundial de

mayor comercio. Desde entonces, el comercio mundial creció hasta 2014, cuando comenzara la caída del precio internacional de los commodities. Así se sintió el impacto de la guerra comercial entre EE.UU. y China y posteriormente, de la pandemia Covid-19. El crecimiento comercial vuelve a estar golpeado en 2022 por los grandes cambios geopolíticos derivados de la invasión rusa a Ucrania y de la mayor inflación global (Economista, 2022).

Desde el máximo de exportaciones de bienes de producción argentina en 2011 no se ha logrado superar o igualar siquiera esa cifra. Las irregularidades en las exportaciones argentinas, están por debajo de la evolución del resto del mundo, demostrando así el retroceso económico nacional, a nivel internacional. Aunque como contrapartida, algunas buenas noticias han aparecido en el último mes que son alentadoras para buena parte de las exportaciones argentinas, sobre todo las más competitivas, las agroindustriales (Economista, 2022).

El Gobierno de Argentina en la actualidad, se encuentra siendo ajustada por restricciones a las importaciones de servicios que más dólares insumen dentro de esa clasificación, que son los gastos turísticos en el exterior y el pago de fletes internacionales (Boettner, 2022).

El flete internacional ha sufrido grandes incrementos en el precio. Según el último informe del INDEC, “en julio de 2022, el valor unitario del flete internacional fue de 117,8 dólares por tonelada, 54,2% superior al de igual período de 2021 (76,4 dólares por tonelada) y 142,9% superior al de julio de 2020 (48,5 dólares por tonelada)”, explicó el organismo estadístico (Boettner, 2022).

“Los fletes provenientes de China, USMCA (el bloque Estados Unidos-México-Canadá), Unión Europea y MERCOSUR en conjunto representaron el 72,8% del total. El costo del flete de origen China aumentó 12,1% respecto a julio del año anterior y 141,9% respecto al mismo mes de 2020. En relación con el valor FOB de las importaciones cada 100 dólares se pagaron 6,2

dólares de flete; 6,0 dólares en julio de 2021 y 4,8 en el mismo mes de 2020”, concluyeron (Boettner, 2022).

Argentina cuenta con múltiples acuerdos siendo miembro fundador del MERCOSUR y de ALADI.

Tabla N° 2: Acuerdos Comerciales de Argentina.

Acuerdos multilaterales	Miembros de la OMC
Uniones aduaneras	Estados miembros del MERCOSUR
Acuerdos de libre comercio	<ul style="list-style-type: none"> • Colombia. AAP.CE N°72 • Chile • Egipto • Israel • Perú • Bolivia
Acuerdos marco	México
Acuerdos comerciales preferenciales	<ul style="list-style-type: none"> • Unión Aduanera del África Meridional. • México. • Colombia – Ecuador – Venezuela – MERCOSUR. • India. • Uruguay. • México (ACE N°55) – Acuerdo sobre el sector automotor. • Paraguay.

	<ul style="list-style-type: none"> •Chile. •Brasil.
<p>Instituciones y organismos que promueven las exportaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Asociación de Importadores y Exportadores de la República Argentina.(AIERA). •Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (AAICI). •Cámara de Comercio Exterior de Córdoba. (CaCEC). •Cámara de exportadores de la República Argentina. (CERA). •Comisión Nacional de Comercio Exterior. (CNCE). •Pro Argentina. (Promoción PyMEs en el mercado internacional). •Santander Trade. (Banco Santander). •Ventanilla Única de Comercio Exterior. (VUCE).

Fuente: (SICE, 2022).

Factor Económico:

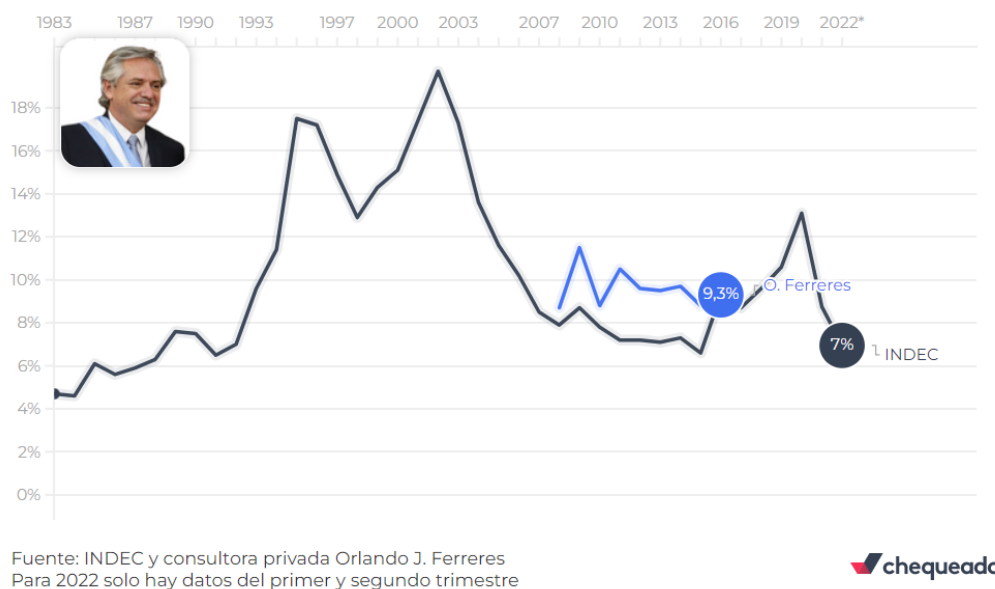
“El peso argentino se depreció por 41,14% entre el 31 de diciembre de 2021 y el 22 de diciembre de 2022, a pesar del cepo cambiario que rige en el país, en una de las monedas más debilitadas del mundo éste año. Su desplome se dio en el contexto de la inflación anual más alta desde la híper de 1989-90, y mientras la suba de precios se aceleró a nivel global, en medio de una gran incertidumbre sobre las decisiones que tomaría los bancos centrales” (Espina, 2022).

Argentina se comprometió ante el FMI a alcanzar el equilibrio fiscal en 2024, una meta que día a día parece más lejana de alcanzar. El déficit fiscal primario fue de 162.000 millones de pesos (1.200 millones de dólares al cambio oficial), previo al pago de intereses de deuda, en mayo de 2022. Según el último informe del Ministerio de Economía, posterior a la guerra de los precios alimenticios y energía, el gasto primario del sector público en el periodo de enero-mayo “presentó una suba [alza] de 78,2% respecto al mismo periodo del año anterior”. Cuando hablamos de energía, hablamos del gran talón de Aquiles de Argentina. El Estado destinará hasta 20.000 millones de dólares, equivalentes al 3% del PIB, el corriente año para subsidiar a las empresas generadoras de gas y electricidad para mantener congeladas las facturas de los hogares (Molina, 2022).

En el cuarto trimestre de 2022, la (TA) tasa de actividad, alcanzó el 47,6%; es quien mide la población económicamente activa (PEA), la (TE) tasa de empleo, se ubicó en 44,6% es quien mide la proporción de personas ocupadas con relación a la población total, y la (TD) tasa de desocupación es del 6,3%, es la tasa de personas que no tienen ocupación, y buscan empleos.

La presión sobre el mercado laboral, conformada por el universo de desocupados, subocupados, ocupados demandantes y ocupados no demandantes disponibles, alcanzó el 28,2% de la PEA (indec, 2022).

Grafico N°2: Evolución de la tasa de desempleo, período 1983-2022. Promedio anual.



Fuente: (indec, 2022).

El sector agropecuario fue afectado por las retenciones a lo largo de los años, según la ley 27541 de Solidaridad social y reactivación productiva, aprobada por el Congreso en 2019, el presidente puede aumentar las alícuotas hasta un 33% en la soja, un 15% en granos y un 5% en productos agroindustriales (Bontempo, 2022)

La guerra de Ucrania ha desatado una costosa crisis humanitaria que exige una solución pacífica. Al mismo tiempo, el daño económico causado por el conflicto contribuirá al crecimiento mundial en 2022 y aumentará la inflación. Los precios de los combustibles y los alimentos han subido con rapidez, golpeando particularmente duro a las poblaciones de los países de bajos ingresos. Se proyecta una baja en el crecimiento mundial del 6,1% estimado para 2021 a 3,6% en 2022 y 2023; es decir, 0,8% y 0,2% en 2022 y 2023 provisto para enero. El encarecimiento de las materias primas post guerra y la ampliación de las presiones de precios se traducen en una inflación proyectada para 2022 de 5,7% en las economías avanzadas y de 8,7% en las economías de mercados emergentes; o sea, 1,8% y 2,8% más que lo visto en enero (FMI Fondo Monetario Internacional, 2022).

Factor Social:

Según el censo actualizado del país realizado en 2022, Argentina cuenta con 47.327.407 habitantes, la población del país sudamericano aumentó casi un 18% en los últimos 12 años, que lo ubica en la posición 31° mundial, y 3° en Latinoamérica debajo de Brasil y Colombia. La densidad poblacional estimada es de 16 habitantes/km². El 47,05% del total de la población actual del país son varones y el 52,83% mujeres, mientras el 0,12% no fue asociado a ninguno de esos dos sexos (Censo, 2022).

Factor Tecnológico:

El potencial innovador de Argentina es reconocido mundialmente. Varios son los factores que han empujado al sector tecnológico a la cúspide, pero uno que destaca es el apoyo institucional a través de un marco legal adecuado (Argentina, 2022).

Según lo contemplado en la Ley de Financiamiento del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, publicada en febrero de 2021, el porcentaje del PIB destinado a la ciencia y la tecnología aumentará sostenidamente hasta ubicarse en 1,0% del PIB en 2032 (Argentina, 2022).

Se prevé que el incremento de la inversión en ciencia, tecnología e innovación esté destinado a promover la federalización del sistema científico tecnológico, desarrollar la matriz productiva, generar empleos de calidad, visibilizar los avances científicos tecnológicos, promover la formación de profesionales, incrementar la infraestructura y equipamiento, generar incentivos para la inversión del sector privado, propiciar la participación de las mujeres y la población LGTBI+, jerarquizar la investigación científico tecnológica y contribuir al desarrollo del Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (Argentina, 2022).

La asignación de recursos para ciencia y tecnología del presupuesto nacional nunca será inferior, en términos absolutos, a la del presupuesto del año anterior. En este sentido, el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación será la autoridad de aplicación de la ley (Argentina Gobierno, 2022).

Para tener en cuenta a la hora de querer vender, si queremos que nuestros productos, bienes o servicios lleguen al otro lado del mundo adoptar nuevas, las ventas por páginas web, o tratar de automatizar lo más que se pueda a la hora de producir, para no generar un retraso de la empresa, a estos continuos cambios que hoy en día genera la tecnología.

Factor Ecológico:

En la actualidad el factor ecológico llegó para que le tomemos importancia, y de ahora en más va a abarcar desde las tendencias hasta las regulaciones que son las que impactan en el cambio ambiental.

La Ley General del Ambiente N° 25.675 establece los presupuestos mínimos para el logro de una gestión sustentable y adecuada del ambiente, la preservación y protección de la diversidad biológica y la implementación del desarrollo sostenible en Argentina. Asimismo, establece un marco general sobre información y participación en asuntos ambientales, la responsabilidad por daño ambiental y la educación ambiental (Observatorio, 2022).

Argentina cuenta con diversos climas además de recursos en lo extenso de sus tierras. Estos también influyen al momento de exportar del país, de materias primas, como de todos los productos que desde aquí se producen. Además de tener una cantidad y diversidad de recursos naturales, en todos sus territorios.

Factor Legal:

El factor legal es de suma importancia si nos referimos a exportar e importar, hay derechos, regulaciones y decretos que están arraigados a este entorno.

El mes de diciembre marcó el segundo mayor registro del año en recaudación del gobierno nacional en retenciones, debido al efecto del dólar soja.

Según la (BCR) Bolsa de Comercio de Rosario, las cadenas agroindustriales aportaron un total cercano \$ 199.450 millones de pesos en diciembre, 500% más de lo aportado en noviembre. En septiembre se marcó el mayor registro de dólar soja, cuando se habían recaudado un estimado de \$ 417.871 millones de pesos, es decir que ésta recaudación permitió recaudar en Derechos a la Exportación poco menos de la mitad que el “dólar soja I”. Así el 2022 cierra de ésta forma, con un aporte en Derechos a la Exportación de las seis principales cadenas agrícolas de US\$ 9.691 millones, o unos \$ 1.433.308 millones de pesos (BCR, 2022).

Diagnóstico.

Según lo analizado de la empresa Campo Agrícola, a nivel externo e interno, se nota la ausencia de experiencia en el mercado internacional, por ello también tienen no cuenta con personal capacitado en ésta área.

Teniendo en cuenta toda la información recolectada, es de suma importancia ser cuidadosos a la hora de tomar una decisión, ya que, debido a la recesión económica del país, las empresas nacionales sufren un sinnúmero de crisis, y esto puede atraer consecuencias nocivas a futuro

Gracias al estudio realizado anteriormente, queda demostrado que la empresa puede tener un gran futuro a la hora de exportar maní *blanched*. Y si bien los mercados vecinos serían una gran oportunidad de negocio, por los acuerdos compartidos y las posiciones geográfica a favor, el mercado asiático es mucho más atractivo ya que el producto es muy consumido a nivel internacional en esa región.

Internamente la empresa Campo Agrícola cuenta con varios puntos a favor, como la fertilidad de sus tierras, además de contar con un ingeniero agrónomo para su asesoramiento, y también con un almacenamiento propio, para así poder comercializar su producto según lo demanden los países compradores. Con esto se ahorrarían la suba de los precios de un

almacenamiento pago. Aunque también tiene puntos en contra, como el no poseer maquinaria propia para las tareas del desarrollo de los servicios.

El poder exportar significaría un crecimiento para la empresa obteniendo posiblemente mejores controles de calidad, mayores inversiones y mayor producción.

Marco Teórico.

A continuación, se describirán las herramientas a utilizar para el desarrollo de los objetivos planteados en un principio.

Nos posicionamos en el objetivo general, el cual es identificar oportunidades comerciales para el maní pelado también conocido como “maní *blanched*” o “maní blanchado” en la región asiática, para lograr los primeros movimientos de mercado en el primer semestre del año 2023.

Teniendo en cuenta las oportunidades comerciales del producto en la región asiática se puede comenzar a describir las herramientas seleccionadas para evaluar el mercado asiático a fondo y dar con los puntos concretos de los objetivos específicos propuestos:

- Seleccionar el mercado asiático más atractivo para la exportación de maní.
- Describir el mecanismo de penetración de mercado para realizar el proceso exportador del maní blanchado en Asia.

Para llevar a cabo el primer objetivo se implementa la metodología de Selección de Mercados Externos (SME), (Santos, 2013)

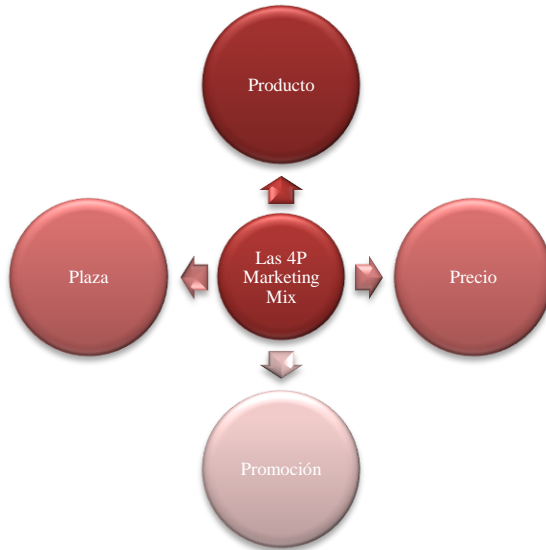
Ilustración N° 2: Pasos para el proceso de SME.



1. Filtración: o revisión preliminar, identifica mercados en potencia como candidatos para un mayor análisis en profundidad. En esta etapa se eliminarán aquellos mercados que no se ajusten a los objetivos planteados por la empresa como, por ejemplo, el tamaño del mercado, tasa de crecimiento, grado de ajuste entre lo que prefiere el consumidor y el producto, la rivalidad competitiva, entre otros factores que son vistos más a grandes rasgos que en la siguiente etapa.
2. Identificación: en la etapa de identificación se valora el atractivo de la industria y se estiman costes e ingresos de una lista de países más limitados gracias a la filtración que fuese realizada previamente.
3. Selección: la etapa culmine para dar por definido el mercado que mejor se ajuste a los objetivos de la empresa y a sus recursos disponibles (Santos, 2013).

Para el desarrollo del segundo objetivo se hace uso de la herramienta de las 4P, también conocidas como Marketing Mix Internacional (McCarthy, 1964).

Ilustración N° 3: Las 4P de Edmund Jerome McCarthy.



Fuente: (McCarthy, 1964).

Producto: da un panorama y posiciona a este mismo en el mercado a nivel competitividad empresarialmente hablando debiendo tener en cuenta el ciclo de vida de la mercancía para obtener un seguimiento adecuado de la demanda cuando aumenta o decrece.

Precio: tiene en cuenta el costo del producto mediante el costo de producción y vida útil de la mercadería, determinando así el tiempo de mercado. La oferta y demanda del bien o servicio en la búsqueda de un equilibrio marcan un valor determinado en el mismo.

Promoción: observa la parte del esfuerzo empresarial por dar a conocer el producto o servicio ofreciéndolo por diferentes medios y canales con la finalidad de aumentar sus ventas.

Plaza: es la lista de procesos por los que pasa el producto desde su creación hasta la adquisición del consumidor.

Plan de implementación.

En lo que al primer objetivo se refiere se va a determinar un mercado en el continente asiático para la exportación del maní blanchado. Para tal fin se emplea la Selección de Mercados Externos (SME).

Filtración:

Se visualizan, a continuación, los mayores importadores de maní de la región asiática. Los principales cinco países son los seleccionados para evaluar diversas variables por ser los mayores importadores de maní.

Tabla N° 3. Los mayores importadores de maní de la región asiática.

País	Valores de importación expresados en USD. Año 2021
China	918,013
Indonesia	354,311
Vietnam	134,883
Malasia	58,321
Japón	56,293
Tailandia	54,996
Emiratos Árabes Unidos	43,256
Irán	41,358
Filipinas	37,299

Fuente: elaboración propia en base a (Trade Map, 2022).

Los países seleccionados para realizar el análisis son los mayores importadores de maní en la región asiática: China, Indonesia, Vietnam, Malasia y Japón.

Con la matriz multicriterio obtendremos el análisis completo de la selección del mercado, según estas variables.

Tabla N° 4: Variables a tener en cuenta:

Importaciones de maní de Asia
PBI
Población
Acuerdos comerciales
Índice de desarrollo humano
Índice de desempeño logístico

Tabla N° 5. Importaciones de maní de los 5 países asiáticos seleccionados.

Importaciones de maní de Asia		
País	USD	Valor
China	918,013	4
Indonesia	354,311	3
Vietnam	134,883	2
Malasia	58,321	1
Japón	56,293	1
Valor	Rango	
5	Mayor a 1.000.000	
4	500.000 – 1.000.000	
3	300.000 – 500.000	
2	100.000 – 300.000	
1	0 – 100.000	

Fuente: elaboración propia en base a (TRADE MAP, 2022).

Tabla N° 6. PBI de los países asiáticos seleccionados.

PBI		
País	USD	Valor
China	18.463.130	5
Indonesia	1.247.352	2
Vietnam	415.493	1
Malasia	415.375	1
Japón	5.383.682	3
Valor	Rango	
5	Mayor a 15.000.000	
4	10.000.000 – 15.000.000	
3	5.000.000 – 10.000.000	
2	1.000.000 – 5.000.000	
1	0 – 1.000.000	

Fuente: elaboración propia en base a (Wikipedia, 2022).

Tabla N° 7. Población de los países asiáticos seleccionados.

Población		
País	Cantidad	Valor
China	1.412.360.000	5
Indonesia	272.249.000	3
Vietnam	98.168.829	1
Malasia	32.700.000	1
Japón	125.681.593	2
Valor	Rango	
5	Mayor a 1.000.000.000	
4	500.000.000 – 1.000.000.000	
3	200.000.000 – 500.000.000	
2	100.000.000 – 200.000.000	
1	0 – 100.000.000	

Fuente: elaboración propia en base a (Datos Macro, 2022).

Tabla N° 8. Acuerdos comerciales de los países asiáticos seleccionados.

Acuerdos Comerciales		
País	Acuerdos	Valor
China	Sí	2

Indonesia	Sí	2
Vietnam	Sí	2
Malasia	Sí	2
Japón	Sí	2
Valor	Rango	
2	Sí	
1	No	

Fuente: elaboración propia en base a (Argentina, 2022).

Tabla N° 9. Índice de desarrollo humano de los países asiáticos seleccionados.

Índice de desarrollo humano		
País	IDH	Valor
China	0,76	3
Indonesia	0,69	2
Vietnam	0,69	2
Malasia	0,80	4
Japón	0,92	5
Valor	Rango	
5	Mayor a 0,90	
4	0,80 – 0,90	
3	0,75 – 0,80	
2	0,60 – 0,75	

1	0 – 0,60
---	----------

Fuente: elaboración propia en base a (Economipedia, 2022).

Tabla N° 10. Índice de desempeño logístico de los países asiáticos seleccionados.

Índice de desempeño logístico		
País	IDL	Valor
China	3,61	4
Indonesia	3,15	3
Vietnam	3,27	3
Malasia	3,22	3
Japón	4,03	4
Valor	Rango	
5	Mayor a 4,50	
4	3,50 – 4,50	
3	3,00 – 3,50	
2	2,50 – 3,00	
1	0 – 2,50	

Fuente: elaboración propia en base a (Banco Mundial, 2022).

Tabla N° 11: Matriz multicriterio.

Variables	Peso	Países			
		China		Indonesia	
		Valor	Ponderación	Valor	Ponderación
Importaciones de maní de Asia	20	4	80	3	60
PBI	15	5	75	2	30
Población	15	5	75	3	45
Acuerdos Comerciales	25	2	50	2	50
Índice de desarrollo humano	10	3	30	2	20
Índice de desempeño logístico	15	4	60	3	45
Total	100	370		250	

Fuente: elaboración propia.

Tabla N° 12: Matriz multicriterio.

Variables	Peso	Países					
		Vietnam		Malasia		Japón	
		Valor	Ponderación	Valor	Ponderación	Valor	Ponderación
Importaciones de maní de Asia	20	2	40	1	20	1	20
PBI	15	1	15	1	15	3	45
Población	15	1	15	1	15	2	30
Acuerdos Comerciales	25	2	50	2	50	2	50
Índice de desarrollo humano	10	2	20	4	40	5	50
Índice de desempeño logístico	15	3	45	3	45	4	60
Total	100	185		185		255	

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo a la matriz multicriterio China obtuvo la mayor puntuación respecto de los demás países seleccionados.

China en la actualidad es una de las mayores potencias económicas del mundo, más específicamente es el segundo mayor importador del mundo con un número de más de 2000 billones de dólares anuales (Statista, 2020).

Determinando el mercado se debe hacer la selección del mecanismo para llevar a cabo la penetración de mercado para el producto maní blanchado. Para una exportación directa se elige Marketing Mix Internacional o 4P.

Potenciales clientes en China:

- Qingdao Topseng Group Corporation.
- Heng Hai Industry & Trade Co.
- Qingdao Tainong Food Co.

Qingdao Topseng Group Corporation es el cliente elegido para realizar la exportación. La empresa fue establecida en 1993 en Qingdao.

Estrategia de producto:

Al ser un productor alimenticio las condiciones de consumo deben ser óptimas. Se exportará en big bags, bolsas de polipropileno tejido, que además son muy conocidas por ser muy resistentes y reutilizables.

Se exportará en 20 bolsas de 1150 kilogramos de capacidad cada una y en contenedores estándar de 40 pies, haciendo un total de 25.000 kilos por contenedor.

Estrategia de promoción:

En un mundo globalizado como en el que vivimos lo mejor será promocionar a Campo Agrícola de manera online, por lo que es ideal crear una página web propia para la empresa.

También es importante su participación en ferias internacionales, que tiene como finalidad la promoción de los productos en los mismos sectores. Gracias a la pandemia mundial se han desarrollado las ferias en formato virtual, que llegaron para quedarse, y así facilitar la participación desde distintos puntos del mundo sin tener que asistir de manera física.

Tabla N° 13: Algunas ferias que tienen importante renombre internacional.

Paris International Agricultural Show, París. 27 de febrero – 7 de marzo.
Agritechnica Hannover, París. 10 de noviembre – 16 de noviembre.
International Green Week, Berlín. 21 de enero – 30 de enero.
Agroexpo, Turquía. 15 de julio – 25 de julio.

Estrategia de plaza:

La estrategia para distribuir el producto fue determinada, y es la exportación directa. Como se mencionó anteriormente, la mercadería será trasladada en bolsas big bags dentro de contenedores estándar de 40 pies desde el puerto de Buenos Aires, siendo trasladados por camiones portacontenedores, hasta su destino puerto de Kingdao. Los días de viaje desde Buenos Aires a Kingdao oscilan entre los 40 y 50 días según la ruta marítima del barco y el número de paradas.

Tabla N° 14: Documentación necesaria para la exportación.

Certificado de origen INAL.
Certificado de origen SENASA.
Factura comercial. <i>Commercial invoice</i> .
Factura proforma. <i>Proform invoice</i>
Lista de embarque. <i>Bill of lading</i>
Lista de empaque. <i>Packing list</i>

Manifiesto de embarque. <i>Bill of Lading</i>
Póliza de seguro. <i>Insurance policy</i> .
Certificación de seguro. <i>Insurance certification</i>

Estrategia de precio:

El precio internacional estándar del maní es de 1150 USD por tonelada.

Dicho precio varía según de su oferta y demanda.

$$\text{FOB} = \frac{\text{CM} + \text{EMB} + \text{FI} + \text{SI} + \text{CER} + \text{GA} + \text{GFB} + \text{OG}}{1 - (\text{COM} + (\text{DE} / (1 + \text{DE})) + (\text{Un} / (1 - \text{IG}))) + \text{RE} \times (1 - \text{IG})}$$

Tabla N° 15: Detalles de concepto.

CM = Costo de mercadería	OG = Otros gastos
EMB = Envases y embalajes	IG = Impuesto a las ganancias
FI = Flete interno	COM = Comisiones
SI = Seguro interno	DE = Derechos de exportación.
CER = Certificaciones	UN = Unidad neta (Utilidad)
GA = Gastos aduaneros	RE = Reintegro
GFB = Gastos fijos bancarios	

Tabla N° 16: Incoterms.

Ex Works (EXW).
Free on Board (FOB) / Free Carrier (FCA).
Cost, Insurance and Freight (CIF).
Delivery Duty Paid (DDP).

Tabla N° 19:

Tipo de gastos	Valores	Incoterm
Valor de la mercadería ¹	115.000	
Embalaje ²	1.500	EXW
Flete interno ³	10.800	
Costos de formalidades aduaneras de exportación ⁴	1273,00	
Subtotal FCA	128.573,00	
Utilidad ⁵	19.285,95	
Impuesto a las ganancias ⁶	1.928,59	
Franco a bordo / Franco transportista	149.787,54	FOB / FCA
Costo total del transporte principal (interno + externo) ⁷	45.600	
Costo del seguro sobre el flete principal ⁸	1285,73	
Costo, seguro y flete	196.673,27	CIF
Aranceles importación ⁹	5.263,76	
Impuesto Valor Agregado (IVA) ¹⁰	36.846,33	
Costo de las formalidades aduaneras de importación (tasa fija) ¹¹	1285,73	
Costo del transporte interior en destino ¹²	7.600	
Entregada derechos pagados	247.669,09	DDP

1) Costo producto 1150 USD por tonelada. 100 toneladas totales.

2) 15 USD por big bag, 100 bolsas totales.

3) Cotización flete interno de 4 contenedores USD 10.800 al día 23/10/2022.

4) Gastos de despachante de aduana (1%).

5) Utilidad (15%).

6) Impuesto a las ganancias (10%).

7) Cotización flete interno USD 10.800 al día 23/10/2022 + cotización flete externo 34.800 USD al día 23/10/2022.

8) 1% sobre el valor FOB.

9) 3% sobre el valor CIF.

10) 21% sobre el valor CIF.

11) 1% sobre el valor FOB.

12) Flete desde el puerto destino hasta el comprador.

Tabla N° 14: Diagrama de Gantt.

Proceso	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Contacto inicial	■											
Factura proforma		■										
Inicio gestión bancaria			■									
Emisión factura comercial				■								
Contacto despachante de aduana					■							
Generación de packing list						■						
Pedido de certificado de origen al despachante							■					
Pago derechos de exportación								■				
Pedido de seguro									■			
Volante Electrónico de Pagos (VEP)										■		
Finalización procesos bancarios											■	
Despacho de mercadería												■

Conclusiones y recomendaciones.

Como cierre y conclusión del reporte de caso para la empresa Campo Agrícola se destacan las grandes posibilidades en el entorno del comercio internacional. El sector agropecuario argentino, más específicamente el sector manisero, se destaca por el gran crecimiento exportador a nivel mundial que ha llevado a cabo en los últimos años colocando al país en la cúspide referida a lo que es exportación de maní.

Se encontró a la región asiática óptima para la exportación, más puntualmente la República de China. Esta venta al mercado internacional haría crecer a la empresa para ganar experiencia en el mercado internacional.

Con una empresa con buen potencial de incremento en el mundo exportador, es aconsejable contratar personas adecuadas en la materia, por ello es necesario sumar personal capacitado para que forme parte de la empresa, si llegan a requerir atención total por la cantidad de exportaciones. Una opción previa a la contratación de personal, puede ser el contratar servicios tercerizados como consultares de comercio exterior economizando los costos de permanencia de alguien dentro de la empresa.

Además de poder añadir valor agregado a su producto, y así generar con la materia prima una expansión aún mayor, con productos propios derivados del maní, y así generar más ventas a nivel no tanto internacional, si no también nacional.

En conclusión, gracias al análisis realizado se puede decir que la empresa Campo Agrícola, tiene mucho a favor para llegar a ser una potencia en nivel de negocios internacionales más específicamente en el sector asiático, y más aun con China, ya que es el mayor socio de Argentina actualmente a nivel comercial, además de ser una potencia mundial. Logrando así abrir puertas para el negocio internacional no sólo en ése país, si no que en el mundo entero.

Bibliografía

Argentina. (2022). Obtenido de <https://www.argentina.gob.ar/noticias/el-senado-convirtio-en-ley-el-proyecto-de-financiamiento-del-sistema-nacional-de-ciencia#:~:text=Tecnolog%C3%ADa%20e%20Innovaci%C3%B3n,El%20Senado%20convirti%C3%B3%20en%20ley%20el%20proyecto%20de%20Financiamiento%20d>

Argentina. (2022). Obtenido de Acuerdos Comerciales:

<https://www.argentina.gob.ar/produccion/acuerdos-internacionales/conoce/tlc>

Argentina Gobierno. (2022). Obtenido de El Senado convirtió en ley el proyecto de

Financiamiento del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación:

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/el-senado-convirtio-en-ley-el-proyecto-de-financiamiento-del-sistema-nacional-de-ciencia>

Banco Mundial. (2022). Obtenido de Índice de desempeño logístico:

<https://datos.bancomundial.org/indicador/LP.LPI.OVRL.XQ>

Boettner, M. (2022). *Infobae*. Obtenido de

<https://www.infobae.com/economia/2022/08/23/control-a-las-importaciones-de-servicios-el-gobierno-dejara-fuera-de-la-nueva-normativa-al-turismo-en-el-exterior-y-al-pago-de-fletes/>

Bontempo, C. (2022). *Agrofy News*. Obtenido de [https://news.agrofy.com.ar/noticia/193362/es-](https://news.agrofy.com.ar/noticia/193362/es-legal-que-aumenten-retenciones-campo)

[legal-que-aumenten-retenciones-campo](https://news.agrofy.com.ar/noticia/193362/es-legal-que-aumenten-retenciones-campo)

Censo. (2022). Obtenido de <https://www.censo.gob.ar/>

Datos Macro. (2022). Obtenido de Población mundial:

<https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion>

Economipedia. (2022). Obtenido de Índice de desarrollo humano:

<https://economipedia.com/ranking/ranking-indice-de-desarrollo-humano-2018.html>

Economista, E. (2022). *La Economía Mundial en la actualidad*. Obtenido de

<https://eleconomista.com.ar/economia/exportaciones-hay-renovadas-oportunidades-asia-pacifico-n53064>

Espina, S. O. (2022). *El peso argentino es de llas monedas más depreciadas del mundo en 2022*.

Obtenido de <https://www.bloomberglinea.com/2022/12/26/aun-con-cepo-el-peso-argentino-es-de-las-monedas-mas-depreciadas-del-mundo-en-2022/>

FMI Fondo Monetario Internacional. (2022). Obtenido de LA GUERRA RETRASA LA

RECUPERACIÓN: <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2022/04/19/world-economic-outlook-april-2022>

Gutierrez Rojas, J. J., & Correa, J. B. (2017). *UNIVERSIDAD EAFIT*. Obtenido de DISEÑO DE

LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO PARA LA SOCIEDAD:

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13149/JohnJairo_Gutierrez_JoseBernardo_Restrepo_2017.pdf?sequence=2

INDEC. (2022). *La desocupación*. Obtenido de

https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mercado_trabajo_eph_1trim22756BA7CC2D.pdf

McCarthy, E. J. (1964). *Basic Marketing*.

Molina, F. R. (2022). *EL PAÍS*. Obtenido de [https://elpais.com/economia/negocios/2022-07-](https://elpais.com/economia/negocios/2022-07-25/inflacion-deuda-y-desplome-del-peso-la-economia-argentina-vuelve-a-asomarse-al-precipicio.html)

[25/inflacion-deuda-y-desplome-del-peso-la-economia-argentina-vuelve-a-asomarse-al-precipicio.html](https://elpais.com/economia/negocios/2022-07-25/inflacion-deuda-y-desplome-del-peso-la-economia-argentina-vuelve-a-asomarse-al-precipicio.html)

Observatorio. (2022). Obtenido de Ley General del Ambiente (N° 25.675):

<https://observatoriop10.cepal.org/es/instrumentos/ley-general-ambiente-no-25675#:~:text=La%20ley%20establece%20los%20presupuestos,del%20desarrollo%20sostenible%20en%20Argentina>.

O'Connor, E. A. (2022). *El Economista*. Obtenido de

<https://eleconomista.com.ar/economia/exportaciones-hay-renovadas-oportunidades-asia-pacifico-n53064>

Santos, G. R. (2013). *Journal of Business*. Obtenido de Metodologías de Selección de Mercados y

Mercados Emergentes: [file:///C:/Users/paula/Downloads/60-Article%20Text-61-1-10-20170429%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/paula/Downloads/60-Article%20Text-61-1-10-20170429%20(1).pdf)

SICE. (2022). *Acuerdos Comerciales*. Obtenido de

http://www.sice.oas.org/ctyindex/ARG/ARGAgreements_s.asp

TRADE MAP. (2022). *Principales países importadores de Maíz*. Obtenido de

<https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>

Universidad Siglo 21. (2022). *Universidad Empresarial Siglo XXI*. Obtenido de Reporte de

Caso: Campo Agrícola: <https://siglo21.instructure.com/courses/16652/pages/reporte-de-caso-modulo-0#org2>

Ventanilla Única de Comercio Exterior. (2022). *VUCE*. Obtenido de Posición arancelaria del Maní:

<https://ci.vuce.gob.ar/posicion?posicion=9619.00.00.220X&operacion=exportacion>

Wikipedia. (2022). Obtenido de PBI mundial:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Pa%C3%ADses_por_PIB_\(nominal\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Pa%C3%ADses_por_PIB_(nominal))