



## **Trabajo Final de Grado**

Licenciatura en Comercio Internacional

### **Reporte de caso**

Identificación de oportunidades de negocios en el mercado internacional para  
empresa La Emilia SRL

**Ezequiel Eguren**

Legajo: CIN02016

DNI: 41261402

Directora de tesis: Bulacio, Sofia

Noviembre 2022

## **Resumen**

En el presente trabajo se desarrolló un análisis de oportunidades de negocios en el mercado internacional, específicamente enfocado en Latinoamérica, para el producto vino artesanal de alta calidad comercializado por la empresa La Emilia SRL. En el reporte de caso, se realizó un análisis interno y externo de la empresa con el fin de estudiar la situación en la que se encuentra actualmente y los factores que afectan su actividad para determinar el potencial de realizar su primera exportación.

Como acto siguiente, se llevó a cabo una investigación de mercado mediante la implementación de una matriz multicriterios para determinar el país dentro de Latinoamérica que posee mayores condiciones favorables para la correcta inserción de la empresa según ciertos criterios considerados relevantes para el estudio. Una vez determinado Brasil como el país seleccionado se continuó el trabajo con una guía dirigida a la empresa, Manual del exportador de CaCEC, que explica los pasos a seguir y los documentos necesarios para realizar el proceso de exportación.

Por último, se concluye si La Emilia SRL se encuentra en condiciones de realizar el proyecto de exportación y se brindan recomendaciones a futuro para su desarrollo de manera eficaz en el mercado internacional.

*Palabras Clave:* Exportación; Vino; Mercado Internacional; Argentina; Brasil.

## **Abstract**

*In the present work, an analysis of business opportunities in the international market was developed, specifically focused on Latin America, for the high-quality artisanal wine product marketed by the company La Emilia SRL. In it, an internal and external analysis of the company was carried out in order to study the whole situation and the factors that affect its activity to determine the potential of achieving its first export.*

*As a next act, a market investigation was made to determine the country within Latin America that has the most favorable conditions for the correct insertion of the company, according to certain criteria considered relevant for the study. Once Brazil was selected as the selected country, the work continued with a guide addressed to the company, which explains the steps to follow and the necessary documents to carry out the export process.*

*Finally, it is concluded if La Emilia SRL is in a position to fulfill the export project and future recommendations are provided for its effective development in the international market.*

*Key Words:* Export; Wine; International Market; Argentina; Brazil.

# Índice

<b>Introducción</b>	1
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
<b>Análisis de situación</b>	3
Análisis interno	3
Análisis FODA	4
Fortalezas	5
Debilidades	5
Oportunidades	5
Amenazas	5
Análisis del sector doméstico	5
PEST	6
Factor Político	6
Factor Económico	8
Factor social	11
Factor Tecnológico	12
Posición Arancelaria	12
Contexto Internacional	13
<b>Diagnóstico y Discusión</b>	16
<b>Marco Teórico</b>	17
<b>Plan de implementación</b>	19
Objetivo Específico 1. Selección de mercado	19
Objetivo Específico 2. Proceso de exportación	25
<b>Conclusión y Recomendaciones</b>	31
Referencias	32

## Introducción

En el presente trabajo se aborda la problemática de la empresa La Emilia SRL referida a la búsqueda de oportunidades de negocios internacionales, específicamente para su producto ``vino artesanal de alta calidad`` en Latinoamérica.

La Emilia SRL es una PYME familiar estilo *boutique* que produce vinos artesanales a pequeña escala ubicada en Colonia Caroya, Córdoba, lugar destacado por condiciones climáticas similares a países como Francia e Italia, líderes en la producción de vinos. La empresa produce principalmente las cepas Merlot, Cabernet y Malbec debido a que son las que poseen un mayor valor comercial (Universidad Siglo 21 s.f.).

La caracterización de la empresa como *boutique* es de gran atracción para su estudio y es su principal virtud al momento de competir con las grandes compañías que actualmente dominan el sector.

En los últimos años empresas y organismos han trabajado en la zona con el objetivo de aumentar la calidad de sus productos y dejar atrás la fama del pueblo de comerciar vinos populares o de baja calidad. Al potenciar el uso de los recursos de la región otras empresas comenzaron a tener reconocimientos de organizaciones internacionales, lo cual impulsó el reconocimiento de la zona como productora de vinos de alta gama y la atracción turística que la actividad conlleva.

En este escenario La Emilia se vio fuertemente involucrada y ha tomado parte mediante transformaciones tecnológicas en sus métodos de producción a través de la cultivación de uvas de origen europeo. Estas implementaciones dentro de la finca fueron un punto a destacar que la llevó a ser reconocida como ganadora de premios a nivel nacional (Universidad Siglo 21 s.f.).

Cabe destacar como los cambios llevados a cabo por las empresas de Colonia Caroya son la base para que la zona se desarrolle y apunte a nuevos consumidores, es por eso que se abre la posibilidad de mirar más allá del mercado argentino con la meta de competir en mercados internacionales que demandan vinos de alta calidad provenientes de viñedos de nuestro país.

Córdoba hoy en día se destaca en el sector vinícola gracias a su encanto turístico, es por eso que muchas fincas y bodegas de la provincia optan por enfocarse en este tipo de actividad que prioriza la experiencia brindada por sobre la venta de únicamente un producto final. La Emilia supo aprovechar esta tendencia ofreciendo a los turistas y clientes la posibilidad de

visitar la finca y degustar sus vinos en un ambiente agradable ubicado en los sótanos de estacionamiento del vino, lo cual no solo despierta interés entre los turistas, sino que le da visibilidad y prestigio al viñedo. El factor positivo para el comercio exterior de contar con un espacio físico en donde promocionar los productos del viñedo es la accesibilidad que brinda a posibles visitantes extranjeros que busquen tener un contacto directo con los productores y el vino antes de comercializarlo en sus respectivos países (Universidad Siglo 21 s.f.).

Teniendo en cuenta el considerable aumento del consumo de vino a nivel mundial en los últimos años en los cuales el mercado de este producto se vio identificado por la exigencia de mayor calidad, se puede interpretar que Argentina cuenta con una ventaja comparativa gracias a su territorio y suelos comparado a la mayoría de los países que se destacan en esta actividad.

Además, la incertidumbre económica de los últimos años genera que las empresas radicadas en Argentina tengan preferencia por comercializar sus productos en el exterior donde pueden manejar precios más altos en comparación con los que cuentan en el mercado interno.

Se pueden registrar otros casos de fincas ubicadas en Córdoba que presentan situaciones y características similares a las de La Emilia como, por ejemplo, las bodegas también situadas en Colonia Caroya La Caroyense, Terra Camiare, Chacra de Luna y otras dentro de la provincia como Viarago, La Matilde o Estancia Las Cañitas. Dentro de éstas se destaca La Caroyense por ser un caso exitoso en el comercio exterior ya que actualmente exporta diferentes variedades de vinos y jugos de uva principalmente hacia el mercado asiático (El Cronista, 2021).

Uno de los principales potenciadores de estas empresas que hoy forman parte de la competencia de La Emilia es su asociación mediante grupos de exportación con el objetivo de reducir costos logísticos e impulsar las ventas del sector. Este conjunto de empresas dispuestas a compartir recursos generalmente se origina en casos en los cuales por volumen no pueden acceder por sí mismas a ciertos costos de transporte y quedan fuera del alcance de mercados externos, para un negocio de tipo *boutique* cuyo enfoque radica en la calidad de sus productos y no en la cantidad esta modalidad genera la oportunidad de mejorar su competitividad y facilita su acceso a nuevos clientes. Además, supone una colaboración entre competidores que no buscan el beneficio propio sino el impulso de la zona y el sector en el que se desenvuelven (ProCórdoba, 2011).

Los principales importadores de vinos de origen argentino a nivel mundial son Estados Unidos, Reino Unido, Chile, y Brasil, los cuales son responsables de concentrar más del 50% del comercio de este producto (Scavage, 2022).

Dentro de Latinoamérica se profundiza el foco en Chile y Brasil ya que son países limítrofes y por lo tanto las distancias y logística necesaria para realizar una exportación se reducen en comparación con otros destinos.

Observando esta situación, el presente trabajo busca detectar la oportunidad de diversificar la actividad de la empresa comerciando con otros países.

#### *Objetivo General*

- Reconocer una oportunidad de negocio de exportación de vinos artesanales de alta calidad de la empresa La Emilia SRL y su correcta inserción en el mercado latinoamericano para la campaña 22-23.

#### *Objetivos Específicos*

- Analizar el país destino ideal para la primera exportación de La Emilia de vinos artesanales de alta calidad.
- Explicar el proceso de exportación de La Emilia en el mercado seleccionado.

### **Análisis de situación**

El siguiente análisis que incluye tanto los factores internos como los externos que afectan a la empresa La Emilia SRL es de suma importancia para entender de qué forma funciona actualmente la finca y como se desenvuelve en contexto que la rodea. Una vez estudiada la situación se pueden tomar decisiones reales y concretas con el fin de llevar a cabo el proyecto planteado.

Por un lado, se estudia el microentorno y como está conformada la empresa para determinar sus fortalezas y debilidades en búsqueda de ventajas competitivas que le permitan desarrollarse en el comercio internacional. Acto seguido se analiza el macroentorno y cómo este influye de forma directa en las acciones y proyecciones de las empresas.

Por último, se toma la posición arancelaria del producto que se pretende comercializar para observar las importaciones y exportaciones mundiales y elaborar un correcto estudio del mercado internacional.

#### *Análisis interno*

Como se mencionó anteriormente, La Emilia SRL es una empresa familiar que se dedica a la producción de vinos de tipo *boutique* y realiza su actividad en un viñedo ubicado

en la zona rural de Colonia Caroya, en el Departamento Colón, en la provincia de Córdoba. Allí cuenta con un galpón acondicionado para la molienda y fermentación de las uvas y un sótano diseñado para el correcto almacenamiento del vino en donde se encuentran una cuba de acero inoxidable y las barricas de roble utilizadas para la crianza del producto. Las variedades que comercializan son Malbec, Cabernet, Sauvignon Blanc y Merlot siendo este último su producto más exitoso.

La empresa está conformada por la propietaria, uno de sus hijos, que es el encargado de la marca, y un enólogo profesional que asesora sobre la calidad del producto. Además, durante las estaciones de trabajo del vino se contrata personal para la poda, cosecha, molienda y limpieza del viñedo.

El factor principal que motiva a la empresa a desarrollar su actividad es la producción de vinos de origen cordobés, creen que es un producto único por las condiciones en las cuales se cultiva y que tiene un atractivo diferente a lo que ofrecen los productores de otras regiones de Argentina. Se busca obtener un vino artesanal de características únicas que represente exclusividad y calidad.

Otro factor en el cual se desarrollan es la creación de una experiencia más allá del producto final, modificando y promocionando la finca como un lugar turístico en donde se realizan degustaciones en conjunto con otros productos típicos de la región.

En cuanto a la producción, el crecimiento de La Emilia es notable en los últimos años, desde 2015 a 2019 han duplicado tanto la cantidad de kilogramos de uvas molidas como también los litros de vino obtenidos, logrando optimizar al máximo su capacidad productiva sin descuidar la calidad obtenida (Universidad Siglo 21 s.f.).

#### *Análisis FODA*

Luego de presentar las características generales y el funcionamiento de La Emilia se desarrolla la matriz FODA, herramienta propuesta por el estadounidense Albert S. Humphrey en la década del 60', con el objetivo de destacar aspectos importantes de la empresa con un estudio interno de Fortalezas y Debilidades y uno externo de Oportunidades y Amenazas con el fin de generar un diagnóstico de la situación en la que se encuentra.

Tabla 1. FODA de la empresa La Emilia SRL.

<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto de alto valor agregado.</li> <li>- Producto único y exclusivo con potencial de exportación.</li> <li>- Forma parte del camino cordobés del vino.</li> <li>- Facilidad en la toma de decisiones y ahorro en costos por ser una empresa familiar con empleados temporales.</li> <li>- Obtención de premios a nivel nacional.</li> <li>- Cuenta con un ambiente destinado a las visitas turísticas.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de experiencia en el comercio internacional.</li> <li>- Pocos recursos destinados al marketing.</li> <li>- Falta de página web y canales de comunicación con clientes.</li> <li>- Ubicación alejada de puertos marítimos.</li> <li>- Capacidad productiva limitada.</li> <li>- Alta dependencia a una persona para las tomas de decisiones.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumple los requisitos para utilizar la plataforma Exporta Simple.</li> <li>- Crecimiento de la demanda mundial de vino.</li> <li>- Desarrollo positivo de la región mediante recibimientos de premios nacionales e internacionales.</li> <li>- Decreto N°320/2021 (Boletín Oficial): desgravación de derechos de exportación para PYMES.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Competidores con experiencia en exportación de vino.</li> <li>- Cambios constantes en normativas y precios en el país.</li> <li>- Posibles condiciones climáticas negativas.</li> <li>- Otras regiones productoras con mayor reconocimiento internacional.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia a partir de la Universidad Siglo 21 (s.f.).

Como se puede observar en el análisis realizado, La Emilia posee fortalezas que la diferencian del resto de sus competidores y que la hacen única en su actividad, sin embargo, aún debe modificar ciertos aspectos importantes para superar sus debilidades y aumentar su visibilidad e imagen. El contexto en el que se desenvuelve es muy competitivo para una empresa de su tamaño, pero a pesar de esta situación tiene oportunidades visibles para ingresar a mercados exclusivos y bien definidos.

#### *Análisis del sector doméstico*

Con el objetivo de comprender el contexto en el cual realiza su actividad la empresa y cómo éste impacta en la planificación y las decisiones que toma se deben estudiar aquellos aspectos relevantes que definen la situación de un país. Es por eso que se estudia a la República Argentina mediante un análisis PEST, método desarrollado por Francis Aguilar en 1967, que

comprende los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos durante el periodo 2019 - 2022.

### *PEST*

#### *Factor Político*

La Nación Argentina adopta para su gobierno la forma representativa republicana federal. Su actual presidente es Alberto Fernández, electo el 10 de diciembre de 2019.

Para hablar de la política actual de Argentina se deben mencionar los procesos que condujeron a la crisis, el principal fenómeno a destacar es la división ideológica de la población, la cual se puede evidenciar en la llamada "grieta" entre el gobierno anterior de Mauricio Macri y el actual. El presente gobierno mantiene una postura intervencionista con énfasis en el desarrollo de la industria nacional y las exportaciones, mientras que el gobierno anterior apostaba hacia una apertura de mercado y la inserción de Argentina en el mundo. La inestabilidad política es parte de la historia del país, por lo que las fallidas intervenciones y los cambios drásticos de estructuras entre gobiernos sigue aumentando la crisis (Álvarez Agis & Ramírez, 2021).

Tras el fenómeno mundial del COVID-19 Argentina fue uno de los países más afectados en materia política y económica, las medidas implementadas por el gobierno profundizaron los problemas que presentaba el país y perjudicaron la imagen pública y la confianza en el presidente.

Una vez superado el primer impacto de la pandemia, se logró ver un escenario aún más duro con respecto al proteccionismo en ciertos sectores claves, caracterizado por trabas al ingreso de mercadería bajo el concepto de "sustitución de importaciones", la obligación a los exportadores de liquidar los dólares obtenidos en el comercio exterior al tipo de cambio oficial, el aumento de posiciones arancelarias de productos alcanzados por licencias no automáticas (LNA) afectando principalmente al sector automotriz, la prohibición de exportación de carne vacuna y la intensificación del control de precios en el mercado interno. Son medidas que con el objetivo de proteger la reserva de dólares y contener la inflación generan complicaciones a la hora de desarrollar industrias a un nivel competitivo debido a falta de insumos y maquinaria específica (Boletín Oficial de la República Argentina, 2022).

El escenario internacional actual está caracterizado por tres tendencias centrales: el estancamiento de la globalización, el enfrentamiento entre Estados Unidos y China y la crisis del multilateralismo (Treacy, 2021, p.2).

A estos acontecimientos se debe sumar la invasión de Rusia a Ucrania. La posición del gobierno se pudo ver dubitativa al principio debido a la relación del presidente con el mandatario ruso Vladimir Putin, pero con un comunicado oficial desde cancillería se rechazó el uso de fuerzas armadas y se llamó al cese de acciones militares amparándose en los principios consagrados en la Carta de las Naciones Unidas (Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, 2022).

Las políticas internas del país se ubican en una posición sin precedentes, en donde los diferentes rumbos adoptados en la última década no reflejan los resultados esperados y se repiten medidas que no han funcionado en el pasado. Esta situación se vio claramente reflejada durante la mitad del 2022 en junio y julio cuando presentaron sus renuncias el Ministro de Desarrollo Productivo Matias Kulfas y luego el Ministro de Economía Martin Guzman como forma de respuesta del gobierno ante los desequilibrios macroeconómicos y la cotización más alta del dólar hasta el momento.

Como sucesor del ministerio de Economía asumió el mando Sergio Massa, quien anunció en agosto medidas económicas basándose en los siguientes objetivos:

- Orden fiscal.

Mantenimiento de la meta de déficit fiscal con el FMI, congelamiento de la planta de empleados públicos, aumento de tarifas energéticas, no se pedirán adelantos transitorios del Banco Central en lo que resta del año.

- Sostener el superávit comercial.

Denunciará distorsiones de facturación de comercio exterior, programa de crédito a tasas promocionales y un esquema de garantías para primeros exportadores,

- Fortalecimiento de las reservas.

Adelanto de exportaciones para agro, pesca y minería, desembolso por US\$ 1.200 millones con organismos internacionales por programas vigentes, nuevo programa con la CAF con un desembolso por US\$ 750 millones adicionales, pedido de préstamos a bancos para fortalecer al BCRA.

- Desarrollo con inclusión social.

Reordenamiento de planes sociales, bono para jubilados.

A pesar de que las medidas impulsadas por el nuevo ministro generaron una nueva imagen para el gobierno, la incertidumbre política y económica aleja a la población cada vez más en cuanto a ideologías y aumenta las divisiones entre los partidos Frente de Todos, Juntos por el Cambio, Avanza Libertad, Frente de Izquierda y NOS, que disputan las elecciones del 2023 (La Nación, 2022).

En 2023, el ministro de Economía, Sergio Massa, había adelantado que pediría al FMI recalibrar las metas de la acumulación de reservas por el impacto de la sequía. Argentina se había comprometido a terminar 2023 con 12.125 millones de dólares en el Banco Central, pero lejos de sumar ha perdido desde enero 1.400 millones de dólares por los esfuerzos para mantener el valor de su moneda (El País, 2023). En este contexto se solicitan revisiones de los objetivos de reservas para 2023.

En el análisis del factor político cabe destacar a los principales organismos que intervienen en el comercio exterior y fomentan la participación de empresas argentinas en el mercado mundial, estos son:

- ▶ Agencia ProCórdoba: sociedad de Economía Mixta que depende del Gobierno de la provincia de Córdoba y tiene como objetivo promover la Oferta Exportable de la Provincia.
- ▶ Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional: promoción de exportaciones e inversiones dependiente de la Cancillería Argentina.
- ▶ Argentina Trade Net: es el instrumento que ha desarrollado la Cancillería Argentina para acercar a nuestras empresas exportadoras y a otros actores públicos y privados vinculados al comercio exterior.

Además, es pertinente mencionar que actualmente Argentina sostiene el acuerdo como integrante de la OMC y forma parte del proceso de integración regional MERCOSUR, con el cual participa actualmente de 11 acuerdos comerciales internacionales, aunque se puede destacar la pronta inclusión de un nuevo acuerdo entre MERCOSUR y Singapur. Por su cuenta en Latinoamérica mantiene 6 acuerdos bilaterales (SICE, OEA, s.f.).

### *Factor Económico*

Para el análisis económico de Argentina se toman en consideración los indicadores más relevantes a nivel mundial y su desempeño en los últimos años. Se utilizan los datos que comprenden los años 2019 en adelante para obtener una perspectiva de los valores actuales.

Tabla 2. Indicadores de crecimiento de Argentina.

Indicadores de crecimiento	2019	2020	2021 (e)	2022 (e)	2023 (e)
PIB (miles de millones de USD)	451,82e	389,06e	455,17	483,77	476,49
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	-2,1e	-9,9e	10,0	3,0	2,5
PIB per cápita (USD)	10.054e	8.572e	9.929	10.448	10.189
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-3,0	-5,7e	0,0	0,0	0,0
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	88,7	102,8e	0,0	0,0	0,0
Tasa de inflación (%)	53,5	42,0e	48,4	51,7	43,5
Tasa de paro (% de la población activa)	9,8	11,6e	10,0	9,2	9,2
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-3,71	3,31e	4,53	3,73	3,98
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-0,8	0,9e	1,0	0,8	0,8

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, October 2021

Note: (e) Estimated Data

En 2021 el país tuvo un crecimiento estimado del PIB del 7,5%, impulsado principalmente por la recuperación de las inversiones y el consumo privado, así como por el vigor mostrado por las exportaciones favorecidas por los altos precios de las materias primas. Se espera que la segunda economía de Sudamérica siga recuperándose en los próximos años, aunque a un ritmo más lento ya que el FMI prevé un crecimiento del PIB del 2,5% para 2022 y del 2% para 2023 (Santander Trade, 2022).

Sin embargo, la economía sigue mostrando desbalances macroeconómicos. La emisión monetaria para financiar el déficit fiscal contribuyó a acelerar la tasa de inflación, que a febrero de 2022 se encontraba en 52,3% anual (Banco Mundial, 2022).

En el primer trimestre de 2022, el Producto Interno Bruto (PIB) exhibe un crecimiento de 6,0% con relación al mismo período del año anterior. En términos desestacionalizados creció 0,9% respecto al cuarto trimestre del año anterior.

Imagen 1. Variación del Producto Bruto Interno y Actividad Económica Argentina.



Fuente: INDEC (2022).

En cuanto a la inflación, el nivel general del Índice de precios al consumidor (IPC) aumentó 7,4% mensual en julio de 2022, y acumuló en los primeros siete meses del año una variación de 46,2%. En la comparación interanual registró un incremento de 71,0%. (INDEC, 2022)

Específicamente, durante julio se destacaron los incrementos en la división Bebidas alcohólicas y tabaco (6,4%), dato de interés en relación al precio comercial del producto que ofrece La Emilia.

El informe Latin Focus Forecast de marzo 2023, estudio que incluye las estimaciones de 45 consultoras y entidades financieras locales y del exterior, señala que el 2023 cerrará con una inflación del 98,7% (Ámbito, 2023).

Un aspecto a tener en cuenta cuando se analiza la economía Argentina es la variación en el tipo de cambio.

Tabla 3. Variación del precio dólar oficial en último año (abril 2022 - abril 2023).

Fecha ↕	Último ↕	Apertura ↕	Máximo ↕	Mínimo ↕	Vol. ↕	% var. ↕
01.04.2023	210,3550	208,9000	210,3650	208,9000		+0.66%
01.03.2023	208,9800	197,5600	209,0050	197,1550		+6.00%
01.02.2023	197,1500	186,9000	197,2150	186,8950		+5.44%
01.01.2023	186,9800	177,6450	186,9900	177,6450		+5.79%
01.12.2022	176,7400	167,2200	177,1400	167,1850		+5.66%
01.11.2022	167,2800	156,8200	167,3500	156,8200		+6.62%
01.10.2022	156,8900	147,2500	156,9050	147,2500		+6.50%
01.09.2022	147,3100	138,6600	147,3350	138,6600		+6.19%
01.08.2022	138,7200	131,2000	138,7650	131,2000		+5.68%
01.07.2022	131,2600	125,4050	131,2950	125,3950		+4.83%
01.06.2022	125,2100	120,1400	125,2300	120,1400		+4.18%
01.05.2022	120,1900	115,2650	120,1950	115,2650		+4.23%
01.04.2022	115,3100	110,9550	115,3350	110,9550		+3.88%

Fuente: Investing.com (2022)

Como parte del estudio se debe entender que los valores oficiales no son aquellos a los que se puede acceder debido al cepo cambiario en función de proteger las reservas. Entonces también se deben observar las variaciones del dólar blue o informal.

El billete estadounidense en el mercado informal comenzó el año con un valor de \$206.00 en la jornada del 3 de enero. En la última actualización del 31 de diciembre de 2022 cotizó a \$289.00 (El Cronista, 2023).

Para abril de 2023 el valor del dólar blue es de \$466.

Se puede concluir que la situación económica argentina se encuentra en recuperación, pero aún sufre gran inestabilidad. El mayor problema se ve a la hora de controlar la inflación y en la confianza perdida hacia la moneda local. Esta situación no solo afecta a la población sino a las empresas que deben adaptarse a la situación más adversa que ha vivido el país desde la crisis en 2001.

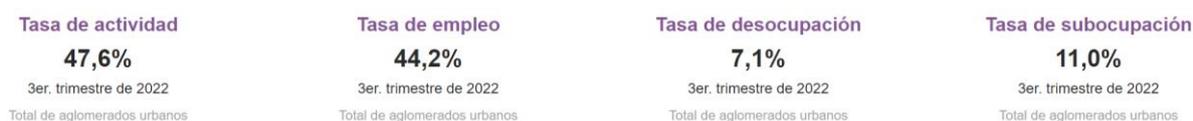
### *Factor social*

Argentina enfrenta desde hace tiempo un problema de “subdesarrollo estructural” que se manifiesta en la pobreza crónica, la informalidad laboral, la inseguridad alimentaria, la marginalidad social, la crisis ambiental y la inestabilidad económica. (Porce, Salvia, Meyer, 2022)

Según el informe publicado por INDEC comprendiendo el primer semestre del año 2022, el porcentaje de hogares por debajo de la línea de pobreza (LP) alcanzó el 27,7%; en ellos reside el 36,5% de las personas. Dentro de este conjunto se distingue un 6,8% de hogares por debajo de la línea de indigencia (LI), que incluyen al 8,8% de las personas.

Con respecto al segundo semestre de 2021, la incidencia de la pobreza registró una reducción de 0,2 puntos porcentuales (p.p.) en los hogares y de 0,8 p.p. en las personas. En el caso de la indigencia, mostró un aumento de 0,7 p.p. en los hogares y de 0,6 p.p. en las personas.. En cuanto a los grupos de edad según condición de pobreza se destaca que más de la mitad (51,4%) de las personas de 0 a 14 años son pobres.

Imagen 2. Tasas de actividad, empleo, desocupación y subocupación en el cuarto trimestre Argentina 2022.



Fuente: INDEC (2022).

En el cuarto trimestre de 2022, la tasa de actividad (TA) –que mide la población económicamente activa (PEA) sobre el total de la población– alcanzó el 47,6%; la tasa de empleo (TE) –que mide la proporción de personas ocupadas con relación a la población total– se ubicó en 44,6%; y la tasa de desocupación (TD) –personas que no tienen ocupación, están disponibles para trabajar y buscan empleo activamente, como proporción de la PEA– se ubicó en 6,3%.

Para el mercado de vinos de alta calidad en el que se desarrolla La Emilia el factor social del país significa un menor poder adquisitivo en la población por lo tanto, su mercado meta dentro del país cada vez es menor y el consumo tiende a apuntar a vinos de menores precios. Ésta puede ser una motivación para buscar clientes que estén dispuestos a adquirir productos de alto valor en el exterior.

### *Factor Tecnológico*

Tras la pandemia de COVID-19 se han desarrollado cambios tecnológicos abismales a nivel mundial, las nuevas plataformas han cambiado las formas de comunicación, en Argentina en particular se destacan la adaptación de empleos a la modalidad virtual y la tramitación de documentos de manera online, lo cual agiliza muchos procesos y es beneficiario para el comercio internacional.

Uno de los aspectos claves para entender una nueva era tecnológica es la preferencia de una gran parte del mundo por apostar al crecimiento y los proyectos de las criptomonedas. Este tema llegó para cambiar el internet como lo conocemos y como consecuencia comienza a ser parte del mercado global. Sus ventajas se radican en la descentralización por lo tanto evita la dependencia a los estados, la reducción de costos por transacción y en la instantaneidad de los movimientos que superan las operaciones actuales de los bancos. Sin embargo, aún posee dificultades en cuanto a los controles de cambio impuestos por cada país y su alta volatilidad que dificulta su aplicación en el día a día.

En Argentina hoy las criptomonedas son una forma más de respaldo producto de la desconfianza que genera la devaluación del peso y del dólar. Aunque aún queda definir el marco legal en el cual funcionen estas operaciones digitales se prevé que en un futuro será una realidad, actualmente Estados Unidos tomó la iniciativa de regulación de los exchanges, por lo que su aplicación en el país tomará algunos años más.

Para analizar el factor tecnológico debemos mencionar la actividad del CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas) principal organismo dedicado al desarrollo de la ciencia y la tecnología en Argentina. Con reconocimiento a nivel mundial su enfoque se centra en cuatro grandes áreas del conocimiento:

- ◆ Ciencias Agrarias, de Ingeniería y de Materiales.
- ◆ Ciencias Biológicas y de la Salud.
- ◆ Ciencias Exactas y Naturales.
- ◆ Ciencias Sociales y Humanidades.

### *Posición Arancelaria*

El producto elegido para realizar la propuesta de exportación para la empresa La Emilia es el vino artesanal de calidad preferente embotellado en recipientes de 750 ml, su posición arancelaria es 2204.21.00.200 F.

Tabla 4. Descripción de la Posición Arancelaria.

<b>SECCIÓN</b>	<b>IV</b>	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDÁNEOS DEL TABACO ELABORADOS
<b>CAPÍTULO</b>	<b>22</b>	BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE
<b>PARTIDA</b>	<b>2204</b>	VINO DE UVAS FRESCAS, INCLUSO ENCABEZADO; MOSTO DE UVA, EXCEPTO EL DE LA PARTIDA 20.09.
<b>SUBPARTIDA SISTEMA ARMONIZADO</b>	<b>2204.2</b>	-Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol
<b>NOMENCLATURA COMÚN DEL SUR.</b>	<b>2204.21.00</b>	--En recipientes con capacidad inferior o igual a 2 l
<b>SISTEMA INFORMÁTICO MALVINA.</b>	<b>2204.21.00.200 F</b>	Vino varietal (vino fino) o vino calidad preferente (R.C19/04 INV)

Fuente: Elaboración propia a partir de Tarifar (2022)

### *Contexto Internacional*

Los principales socios comerciales según intercambio comercial de Argentina son Brasil, China, Estados Unidos, Unión Europea, India, Vietnam, Paraguay y Bolivia.

Durante el año 2022, las exportaciones sumaron US\$ 88.446 millones y las importaciones totalizaron US\$ 81.523 millones. Ambos flujos comerciales alcanzaron máximos históricos. El reporte destaca que la balanza comercial registró un superávit de USD 6.923 millones, en el año 2022, lo que implica una contracción del 53 % en comparación al total alcanzado en 2021 (INDEC, 2023).

Imagen 3.



Fuente: INDEC (2023).

Específicamente, el valor FOB total de las exportaciones de vinos y mostos en 2021 fue de 1.016.212.000 dólares, registrando un aumento del 9,2% respecto al año anterior (Instituto Nacional de Vitivinicultura, 2022).

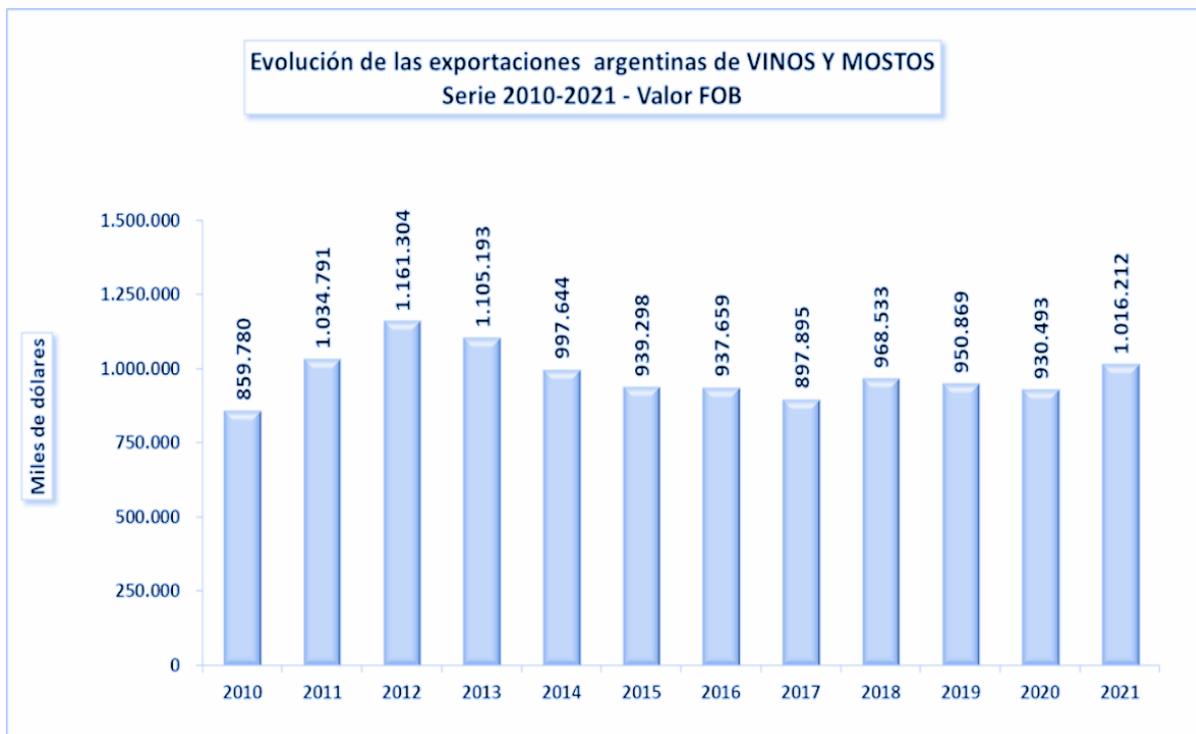
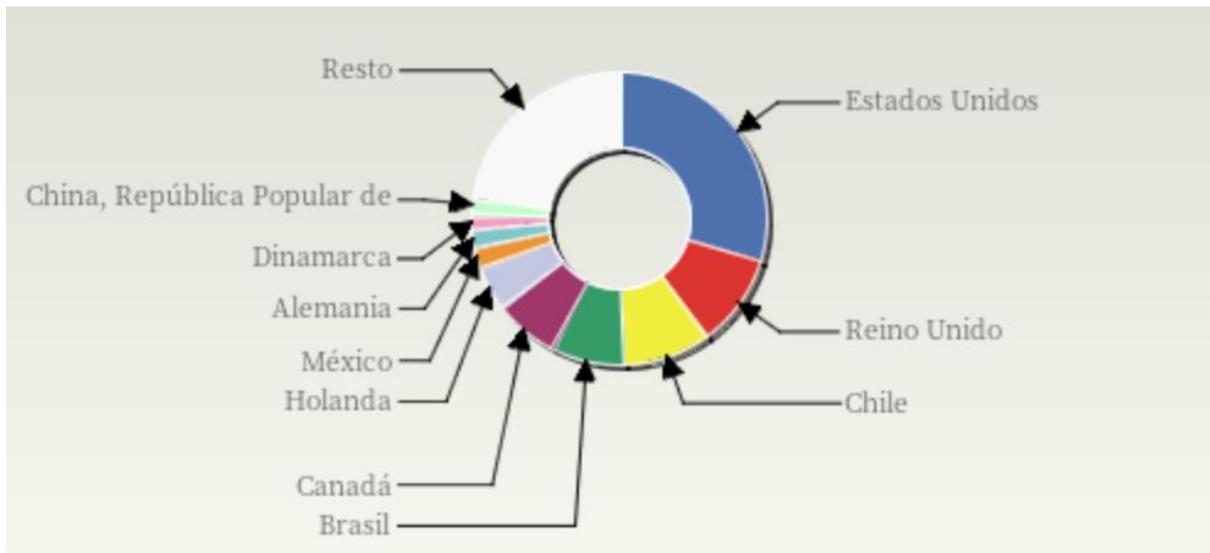


Tabla 5. Fuente: Instituto Nacional de Vitivinicultura (2022).

Las exportaciones de vino cerraron 2022 con números en baja. Según los datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), la Argentina exportó 265,7 millones de litros el año pasado, lo que se traduce en una caída del 21% contra los volúmenes de 2021.

Para las exportaciones definitivas de vinos de alta preferencia de origen argentino, correspondidos en la posición arancelaria 2204.21.00.200 F, los principales países destino son Estados Unidos, Reino Unido, Brasil, Chile, Canadá, Holanda, México, Alemania, Dinamarca y China. (Scavage, 2022)

Imagen 3. Países destino del producto 2204.21.00.200 F.



Fuente: Scavage (2022).

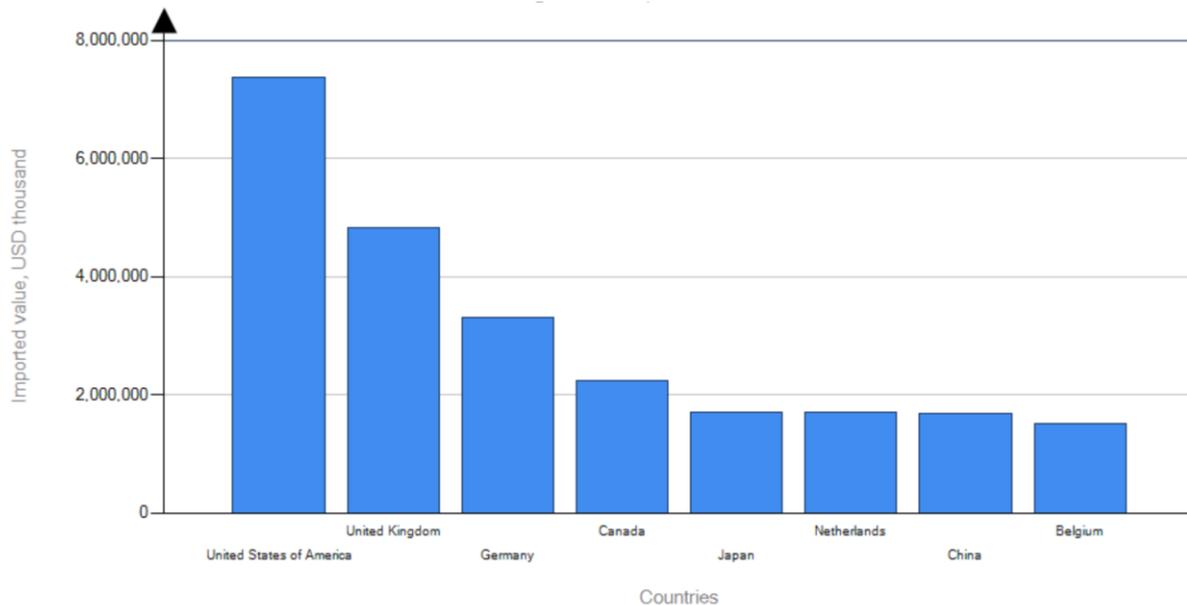
En la siguiente (Tabla 6), se exponen las variaciones en las exportaciones de vino argentino de los últimos 6 años según los parámetros: cantidad en litros, valor FOB, precio de transporte en USD, valor CIF, peso neto y peso bruto. Se observa claramente un crecimiento de volúmenes en los últimos años tras la fuerte caída en 2018.

Period	Quantity (l.)	FOB value (USD)	Freight (USD)	CIF (USD)	Net weight	Gross weight
2022	118,95 [M]	478,38 [M]	4,88 [M]	483,39 [M]	118,95 [M]	203,49 [M]
2021	212,99 [M]	844,39 [M]	6,87 [M]	851,48 [M]	213,00 [M]	551,82 [M]
2020	187,55 [M]	710,05 [M]	4,49 [M]	714,69 [M]	187,55 [M]	324,60 [M]
2019	179,49 [M]	734,73 [M]	4,69 [M]	739,62 [M]	179,50 [M]	310,23 [M]
2018	43,82 [M]	186,40 [M]	2,35 [M]	188,84 [M]	53,54 [M]	61,58 [M]
2017	126,18 [M]	742,51 [M]	3,07 [M]	745,64 [M]	179,03 [M]	284,73 [M]

Fuente: Scavage (2022)

A nivel mundial, los principales importadores de vinos en el 2021 fueron: Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Canadá, Países Bajos, China, Bélgica y Suiza con un valor de importaciones de más de 41 millones de USD y presentando un crecimiento del 18% con respecto al año anterior.

En el gráfico a continuación (Tabla 7) se expresa la distribución de los valores de importación en USD en los países mencionados anteriormente.



Fuente: TradeMap (2022)

## Diagnóstico y Discusión

Tomando en consideración lo expuesto en el análisis de situación, La Emilia carece actualmente de una estructura orientada hacia el comercio exterior. La unipersonalidad de la empresa puede ser tomada como positiva en algunos aspectos administrativos y de costos, pero a la vez negativa en cuanto a la falta de departamentos claves para su evolución. Al no contar con un área de comercio exterior la empresa debe considerar tercerizar esta actividad, lo cual no modifica su estructura y le permite adquirir aportes de expertos para cubrir su falta de experiencia.

La empresa posee la oportunidad de internacionalizarse a través de un producto de alta demanda en el mercado internacional, pero que a su vez debe cumplir ciertos estándares y volúmenes para ser competitivo. Los premios recibidos por la calidad de sus vinos y el aumento en su capacidad productiva de los últimos años son ventajas que, de ser potenciadas, sitúan a La Emilia en una posición favorable para comenzar a expandirse hacia otros países. Además, su condición de PYME le permite acceder a incentivos del Estado para el desarrollo de exportaciones como la desgravación de derechos de exportación y la plataforma Exporta Simple.

Por su parte, el consumo internacional de vinos argentinos se ha incrementado en los últimos años y es por eso que la empresa puede buscar nuevas oportunidades dentro de este contexto. La búsqueda de nuevos mercados para este caso particular supone la atención a un

nicho muy específico de consumidores a satisfacer como lo puede ser, por ejemplo, el de restaurantes de gran prestigio especializados en vinos que puedan ofrecer productos artesanales caracterizados por su exclusividad.

Con respecto a los factores externos analizados anteriormente que afectan a La Emilia, la inflación y la devaluación del peso argentino son los mayores condicionantes a la hora de tomar decisiones. La incertidumbre política y económica es una de las razones por la cual la empresa puede buscar mercados extranjeros en donde convierta sus precios e ingresos en otras monedas más estables para no depender en totalidad de las variaciones de la situación del país.

Entonces, el contexto por el que se encuentra rodeada La Emilia no es ideal para su expansión hacia nuevos mercados. La empresa debe trabajar primero en potenciar su producción y su prestigio para lograr competitividad fuera del país. Sin embargo, su especialidad y la demanda del producto que comercializa le brinda la oportunidad de que, dadas ciertas condiciones, pueda comenzar a desenvolverse en un pequeño mercado extranjero. En este caso, las ventajas de ofrecer sus productos a nivel internacional serían determinantes para establecer una imagen competitiva que le brindaría a La Emilia la posibilidad de crecer tanto en el mercado interno como externo.

## **Marco Teórico**

En el desarrollo del marco teórico se exponen las herramientas y procesos considerados necesarios a llevar a cabo para lograr los objetivos específicos previamente planteados en base a las teorías publicadas por autores referentes en cada tema.

Para la aplicación del primer objetivo específico (Analizar el país destino ideal para la primera importación de La Emilia de vinos artesanales de alta calidad) se considera pertinente la elaboración de una Matriz Multicriterio, específicamente del Proceso Jerárquico de Análisis, o en inglés, Analytic Hierarchy Process (AHP), propuesto por Thomas Saaty en 1980. Es un método cuantitativo para la toma de decisiones multicriterio que permite generar escalas de prioridades basándose en juicios expertos manifestados a través de comparaciones por pares mediante una escala de preferencia. Esta escala permite incorporar en un modelo de decisión juicios sobre intangibles, representando la dominancia o preferencia de una alternativa frente a otra en relación con un atributo (Nantes, 2019).

Según Saaty(2008) el proceso de decisión con AHP se puede descomponer en los siguientes 4 pasos esenciales o básicos:

1. La definición del problema y el tipo de conocimiento que se quiere obtener.

2. La estructuración del problema a través de la descomposición jerárquica en subproblemas (criterios y subcriterios) que deben resolverse para arribar a una solución satisfactoria. Las alternativas se encuentran en el nivel más bajo de dicha jerarquía.
3. La construcción de matrices de comparación, en las que se cargan los juicios expertos mediante el método de comparación uno a uno con la escala sugerida del método.
4. Por último, la síntesis de cada una de las matrices y finalmente del modelo completo para obtener la prioridad global de cada alternativa.

Para poder comparar los diferentes criterios según su jerarquía, el método AHP utiliza una escala fundamental que transforma los datos cualitativos en cuantitativos según la importancia de cada variable en base al juicio de la empresa.

Tabla 8. Escala Fundamental.

Valor	Definición	Comentarios
1	Igual importancia.	El criterio A es igual de importante que el criterio B.
3	Importancia moderada.	La experiencia y el juicio favorecen ligeramente al criterio A sobre el B.
5	Importancia grande.	La experiencia y el juicio favorecen fuertemente al criterio A sobre el B.
7	Importancia muy grande.	El criterio A es mucho más importante que el B.
9	Importancia extrema.	La mayor importancia del criterio A sobre el B, está fuera de toda duda.
2,4,6 y 8	Valores intermedios entre los anteriores, cuando es necesario matizar.	

Fuente: Saaty (1987).

Según el proceso planteado se debe realizar una comparación de diferentes países de Latinoamérica con la función de determinar cuál reúne las condiciones ideales para la primera exportación de La Emilia. Los criterios a tener en cuenta son: factores políticos, económicos, geográficos y las variables de demanda del producto.

En el caso del segundo objetivo específico (Explicar el proceso de exportación de La Emilia en el mercado seleccionado) la herramienta seleccionada es El Manual del Exportador de la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba (CaCEC) que representa el proceso de exportación paso a paso a través de tres etapas:

- Etapa Comercial. Respondiendo principalmente a la pregunta ¿Por qué es conveniente exportar? Se muestran los requisitos tanto internos como legales que debe cumplir la empresa para iniciarse en el proceso de exportación. Define los términos generales del proceso como clasificación y tratamientos arancelarios, diferentes tipos de exportación, INCOTERMS, medios de transporte, etc. Además, brinda información sobre investigación de mercado y la oferta internacional. El objetivo de esta etapa es determinar una base de conocimientos necesarios para los exportadores que planean comerciar sus productos en el mercado exterior.
- Etapa Operativa. Describe de manera técnica los documentos y acciones involucradas en el proceso, los individuos que intervienen en cada momento y los cobros y pagos internacionales.
- Post venta. Para finalizar, se analizan los costos y beneficios totales que arrojó la actividad. También se deben contemplar los eventuales casos de asistencia al cliente que pueden generarse con posterioridad a la venta.

Por último, El Manual del Exportador presenta un apartado de anexos en donde reúne información pertinente como sujetos y organismos de intervención del comercio internacional, cálculos de costos y precios y otras especificaciones necesarias para llevar a cabo las etapas desarrolladas de manera correcta y completa.

En el caso de La Emilia se considera pertinente el uso de la herramienta debido a que no posee experiencia en el comercio internacional y tiene la necesidad de una guía paso por paso que acompañe el proceso desde el comienzo.

## **Plan de implementación**

El plan de implementación describe, explica y fundamenta una propuesta con base en el análisis de situación y el diagnóstico presentado, que aparece como una alternativa válida y eficaz para solucionar el problema identificado o prevenir su recurrencia (Universidad Siglo 21 s.f).

### *Objetivo Específico 1. Selección de mercado*

Para la implementación del primer objetivo se utilizó la herramienta planteada anteriormente en el marco teórico, la Matriz Multicriterio.

Para esta herramienta se tomaron en cuenta los principales países importadores del producto cuya posición arancelaria es 2204.21.00.200 F y según lo propuesto en el objetivo general, están ubicados en Latinoamérica. Según la plataforma Scavage, Argentina exporta este producto en la región principalmente a Brasil, Colombia, Perú, Paraguay, Uruguay, Ecuador y Chile.

El primer paso a seguir fue la determinación de los criterios que se consideren relevantes para la selección del país destino para la primera exportación de La Emilia. Tras seleccionar ciertos indicadores, principalmente económicos, se realizó una ponderación de los datos, definiendo los valores de cada uno y contrastar esos valores a los datos obtenidos en los estudios.

Los criterios elegidos son los siguientes:

1. Valor FOB importado desde Argentina del producto 2204.21.00.200 F en 2022.

Fuente Tabla 9: Elaboración propia a partir de Scavage, 2022.

País	Valor FOB (USD)	Valor
Brasil	72,19 M	5
Colombia	15,67 M	2
Perú	14,74 M	2
Paraguay	7,47 M	1
Uruguay	7,09 M	1
Ecuador	3,53 M	1
Chile	1,43 M	1

(M=Millones)

Escala de valor	
1	0-10 Millones
2	10-20 Millones
3	20-40 Millones
4	40-60 Millones
5	60 Millones o más

2. Importaciones totales de vinos (Posición arancelaria 22.04) en toneladas en 2021.

País	Cantidad (Toneladas)	Valor
Brasil	160,009	5
Colombia	25,707	3
Perú	13,971	2
Paraguay	25,739	3
Uruguay	5,137	1
Ecuador	13,256	2
Chile	10,450	2

Escala de valor	
1	0-9999
2	10000-19999
3	20000-29999
4	30000-39999
5	Más de 40000

Fuente Tabla 10: Elaboración propia a partir de TradeMap.

3. Importaciones totales de vinos provenientes de Argentina (Posición arancelaria 2204.21.00.200F) en toneladas en 2022.

País	Cantidad (Toneladas)	Valor
Brasil	23,180	5
Colombia	4,580	4
Perú	3,150	3
Paraguay	1,520	2
Uruguay	1,940	2
Ecuador	895	1
Chile	428	1

Escala de valor	
1	0-999
2	1000-1999
3	2000-3999
4	4000-4999
5	Más de 5000

Fuente Tabla 11: Elaboración propia a partir de Scavage, 2022.

## 4. Distancia en kilómetros de Córdoba, Argentina.

País	Distancia (kilómetros)	Valor
Brasil	2.562,89 km	3
Colombia	4.053,70 km	5
Perú	2.640,79 km	3
Paraguay	1.086,10 km	2
Uruguay	789,54 km	1
Ecuador	3.665,85 km	4
Chile	670,35 km	1

Escala de valor	
1	4000 Km o más
2	3000-3999 Km
3	2000-2999 Km
4	1000-1999 km
5	0-999 Km

Fuente Tabla 12: Elaboración propia a partir de Distance.to, 2022.

## 5. Inflación, porcentaje anual del 2021.

País	Tasa de inflación	Valor
Brasil	8,3%	1
Colombia	3,5%	3
Perú	4,3%	2
Paraguay	4,8%	2
Uruguay	7,7%	1
Ecuador	0,1%	5
Chile	4,5%	2

Escala de valor (%)	
1	más de 6
2	4,01-6
3	3,01-4
4	2,01-3
5	0-2

Fuente Tabla 13: Elaboración propia a partir del Banco Mundial, 2022.

## 6. Crecimiento del PBI per cápita en el 2021.

País	Crecimiento del PBI (%)	Valor
Brasil	3,9%	2
Colombia	9,7%	4
Perú	12%	5
Paraguay	2,9%	1
Uruguay	4%	2
Ecuador	2,8%	1
Chile	11,1%	5

Escala de valor (%)	
1	0-3
2	3,01-5
3	5,01-8
4	8,01-10
5	más de 10

Fuente Tabla 14: Elaboración propia a partir del Banco Mundial, 2022.

## 7. Riesgo país 2022.

País	Riesgo país (Puntos)	Valor
Brasil	259	4
Colombia	1202	1
Perú	165	5
Paraguay	264	4
Uruguay	122	5
Ecuador	1945	1
Chile	178	5

Escala de valor	
1	más de 500
2	400-499
3	300-399
4	200-299
5	100-199

Fuente Tabla 15: Elaboración propia a partir de Puetenet.com y otras fuentes.

## 8. Libertad económica, clasificación mundial.

País	Puesto (nº)	Valor
Brasil	133	1
Colombia	60	3
Perú	51	3
Paraguay	73	2
Uruguay	34	4
Ecuador	126	1
Chile	20	5

Escala de valor	
1	más de 110
2	91-110
3	61-90
4	31-60
5	0-30

Fuente Tabla 16: Index of Economic Freedom, Heritage Foundation, 2022.

## 9. Índice de facilidad para hacer negocios.

País	Puesto (nº)	Valor
Brasil	124	1
Colombia	67	3
Perú	76	3
Paraguay	125	1
Uruguay	101	2
Ecuador	129	1
Chile	59	4

Escala de valor	
1	más de 80
2	61-80
3	41-60
4	21-40
5	0-20

Fuente Tabla 17: Elaboración propia a partir del Banco Mundial, 2022.

Una vez reunida la información de los países seleccionados y realizada su división entre los criterios establecidos anteriormente se continúa con la implementación de la matriz multicriterio. Se debe puntuar a cada criterio, siendo la sumatoria de todos los valores 1, y una vez definido el puntaje se realiza una sumatoria de los valores ponderados previamente obtenidos con el objetivo de obtener un resultado para cada país y poder realizar una comparación objetiva de los mismos.

Tabla 18. Matriz multicriterio.

<b>País</b>	<b>Criterio 1</b>	<b>Criterio 2</b>	<b>Criterio 3</b>	<b>Criterio 4</b>	<b>Criterio 5</b>	<b>Criterio 6</b>	<b>Criterio 7</b>	<b>Criterio 8</b>	<b>Criterio 9</b>	<b>Total</b>
Valor	0,15	0,1	0,15	0,1	0,15	0,15	0,1	0,05	0,05	1
<b>Brasil</b>	5	5	5	3	1	2	4	1	1	<b>3,25</b>
Valor ponderado	0,75	0,5	0,75	0,3	0,15	0,3	0,4	0,05	0,05	
<b>Colombia</b>	2	3	4	5	3	4	1	3	3	<b>3,15</b>
Valor ponderado	0,3	0,3	0,6	0,5	0,45	0,6	0,1	0,15	0,15	
<b>Perú</b>	2	2	3	3	2	5	5	3	3	<b>3,1</b>
Valor ponderado	0,3	0,2	0,45	0,3	0,3	0,75	0,5	0,15	0,15	
<b>Paraguay</b>	1	3	2	2	2	1	4	2	1	<b>1,95</b>
Valor ponderado	0,15	0,3	0,3	0,2	0,3	0,15	0,4	0,1	0,05	
<b>Uruguay</b>	1	1	2	1	1	2	5	4	2	<b>1,9</b>
Valor ponderado	0,15	0,1	0,3	0,1	0,15	0,3	0,5	0,2	0,1	
<b>Ecuador</b>	1	2	1	4	5	1	1	1	1	<b>2</b>
Valor ponderado	0,15	0,2	0,15	0,4	0,75	0,15	0,1	0,05	0,05	
<b>Chile</b>	1	2	1	1	2	5	5	5	4	<b>2,6</b>
Valor ponderado	0,15	0,2	0,15	0,1	0,3	0,75	0,5	0,25	0,2	

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Matriz Multicriterio, el resultado final indica que Brasil es el país con mayor puntaje (3,25) frente a los demás países latinoamericanos. Por lo tanto, se puede afirmar que, para el estudio de selección de mercado realizado, es el que posee un mejor desempeño, dentro de las variables que afectan a La Emilia, para realizar su primera exportación de vinos artesanales de alta calidad.

### *Objetivo Específico 2. Proceso de exportación*

Como se mencionó anteriormente, la herramienta implementada para el cumplimiento del segundo objetivo específico es el Manual del Exportador de CaCEC. Es por eso que, para su correcta ejecución, se analizaron los pasos a seguir por La Emilia en cada etapa del proceso.

- Etapa comercial.

Al tratarse de la primera experiencia de la empresa, el paso inicial presentado en el manual es realizar la inscripción en el Registro de Importadores y Exportadores de la Dirección General de Aduana y registrarse en el Registro Único del Ministerio de Producción (R.U.M.P).

La ventaja que posee La Emilia por ser una PYME es la posibilidad de utilizar la plataforma Exporta Simple que es un Régimen de Exportación Simplificada creado con el objetivo de facilitar a los pequeños productores las operaciones de exportación con fines comerciales a través de Prestadores de Servicio Postal. En este caso no es necesario estar inscripto en el Registro de Importadores y Exportadores, pero sí contar con CUIT y Clave Fiscal Nivel 3. El trámite se realiza en la web de AFIP, para ello deberán adherir a través del Administrador de Relaciones de Clave Fiscal el Servicio “Exporta Simple” disponible entre los servicios interactivos de la Secretaría de Comercio del Ministerio de Producción. Una vez confirmada esta transacción ya se puede comenzar a operar en el sistema.

Además, el producto que la empresa comercializa es el vino, es por eso que debe inscribirse en el Registro de Exportadores del INV (Instituto Nacional de Vitivinicultura). También como requisito para exportar debe obtener un análisis para aptitud de exportación a través del nuevo sistema SABE presentado en 2021 por el INV.

Tras la correcta inscripción en los organismos mencionados se continúa el proceso con la identificación de las regulaciones que afectan el producto según el Arancel Integrado Aduanero del Sistema Malvina (SIM) basado en el Nomenclador Común del MERCOSUR (NCM) que, a su vez, se basa en la nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercaderías (Sistema Armonizado). Se trata de un sistema clasificatorio de uso universal en el cual a su vez se basan las nomenclaturas de uso nacional o regional.

En el caso del vino artesanal de alta calidad la clasificación arancelaria es 2204.21.00.200 F.

- Los primeros 6 (seis) dígitos se corresponden con la Nomenclatura del Sistema Armonizado, es decir, es la misma en todos los países del mundo que adoptaron el Sistema Armonizado.
- Los primeros 8 (ocho) dígitos se corresponden con la Nomenclatura del MERCOSUR.
- La posición arancelaria completa de 11 (once) dígitos numéricos más 1 (una) letra (dígito control) se corresponde con la nomenclatura utilizada por el SIM, es decir el vigente en Argentina.

Una vez obtenida la posición arancelaria del producto se procede a revisar los tratamientos arancelarios que la alcanzan. En este caso, el derecho de exportación (DE), tributo que grava a las destinaciones de exportación para consumo, es del 4,5% y el régimen de reintegro (RE), devolución de impuestos indirectos, es del 7%.

Con respecto al tratamiento cambiario, las exportaciones oficializadas a partir del 02.09.19 deberán ingresarse al país y liquidarse en el Mercado Único y Libre de Cambios el contravalor en divisas de la exportación hasta alcanzar el valor facturado según la condición de venta pactada y en los plazos a computar desde la fecha de cumplimiento de embarque otorgado por la Aduana.

Una de las acciones importantes a tener en cuenta para comenzar a exportar es la adaptación del producto a las exigencias, usos y costumbres de los diferentes mercados de destino. En este caso particular la diferencia entre el producto a comerciar en Argentina y Brasil es principalmente el idioma utilizado en la etiqueta. Además, la empresa debe tener conocimiento de la utilización de marcas, patentes y las normas de calidad establecidas por el país destino para evitar futuros inconvenientes.

El siguiente tema a definir por la empresa es el medio de transporte desde la empresa ubicada en Córdoba con destino final a Brasil. Como se mencionó anteriormente, La Emilia al hacer uso del régimen Exporta Simple utilizaría el transporte postal, un medio que posee la característica de ser rápido y económico. La vía postal oficial (Correo Argentino) puede ser una opción a revisar para el envío, aunque también cuenta con la posibilidad de elegir entre otras opciones como (DHL, UPS, Fedex, etc.). De la elección del operador depende el tiempo y el costo del envío.

Considerando que es una empresa pequeña y que maneja volúmenes comerciales relativamente bajos en comparación a las competencias, para su primera exportación puede adaptarse perfectamente a los valores determinados en este régimen.

Desde que las mercaderías salen de la planta o del depósito del exportador hasta que llegan a destino están sujetas a diversos riesgos vinculados al transporte, manipuleo, causas externas y causas intrínsecas propias de cada carga. En consecuencia, es conveniente asegurar la carga hasta el punto en que cesa la responsabilidad según la cláusula de venta Incoterms utilizada:

- Cuando la exportación se realiza bajo los Incoterms FCA, CPT o CIP: hasta que la mercadería haya sido entregada en depósito del transportista o bien cargada en el medio de transporte, si la carga se efectúa en el domicilio del exportador.

Una vez pactado el incoterm, que para este caso es FCA, se deben definir los seguros para la mercadería tanto por riesgos crediticios como de caución.

Otras cuestiones a resolver son las referidas a la financiación del producto a exportar, el conocimiento de los diferentes medios de pago internacionales y las condiciones de venta que rigen el comercio exterior.

Cabe destacar que desde el Organismo argentino se informó que de acuerdo a la Instrucción Normativa 67/2018 del MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento) de Brasil las importaciones de vinos deben ingresar a ese país acompañadas por el Certificado de Análisis, Certificado de Origen y, de corresponder, Certificado de Tipicidad, todos ellos emitidos por la autoridad competente del país de origen.

En el siguiente listado se observan empresas importadoras de vinos en Brasil que comercian productos similares y de origen argentino.

- Empresa/Importador: GRAND CRU.  
Dirección: Rua Bela Cintra 1799 - Jardins - São Paulo. Teléfono: (55 11) 3062-6388 / 3065-7925. Web y Mail: marlevy@grandcru.com.br / [www.grandcru.com.br](http://www.grandcru.com.br)
- Empresa/Importador: AURORA.  
Dirección: Rua Gomes de Carvalho, 1329 - 7º andar - Vila Olímpia - São Paulo.  
Teléfono: 5511 3048-2288 (PABX) / 3623-2288. Web y Mail: Analucia@aurora.com.br / [www.aurora.com.br](http://www.aurora.com.br)
- Empresa/Importador: LUSITANO IMPORT.  
Telefono: (11) 7747-9990 Web y Mail: [www.lusitanoimport.com.br](http://www.lusitanoimport.com.br) / fernando@lusitanoimport.com.br
- Empresa/Importador: SOL ANDINO LTDA.  
Dirección: Av. Prestes Maia, 56 – Sala 6 - 11660-400 – Caraguatatuba – SP. Telefono: 5512 3883-1395 Web / Mail: [solandino@ig.com.br](mailto:solandino@ig.com.br)  
- Etapa Operativa.

Con toda la información anterior se llega a la etapa de determinar correctamente el costo de una exportación y, a partir de allí, establecer el precio al que serán ofrecidos los productos en los mercados externos. Para eso, se debe obtener el precio FOB del producto que se logra mediante los siguientes valores:

Tabla 19. Valor FOB.

Costo de la mercadería en depósito del fabricante
+ Gastos de administración, venta y financieros de la exportación
+ Envases, etiquetado y embalajes para exportación
+ Transporte y seguro hasta el puerto o aeropuerto local
+ Gastos bancarios, comisiones, etc.

+ Gastos de embarque y del despachante de aduana
+ Derechos y tasas de exportación
+ Costo de los documentos y de los trámites de la exportación
+ Utilidad
- Devoluciones impositivas (Draw Back, reintegros, etc.)
<b>PRECIO FOB</b>

Fuente: Universidad Siglo 21 (s.f).

Realizando una estimación del promedio de precios de exportación de vinos embotellados se toma en consideración que el costo aproximado por botella de vino de la posición arancelaria 2204.21.00.200F es 2,8 USD. En cuanto a la situación de la Emilia y teniendo en cuenta las limitaciones de exporta simple con respecto al tamaño de los bultos, 180 x 145 cm (alto por ancho), sin límites de profundidad ni peso y tomando en cuenta que la medida estándar de una caja de 12 botellas de vino es de 31,5 x 24 x 33 cm, se evalúa que la cantidad del producto destinada a la exportación es de 900 litros, equivalente a un bulto de 157,5 x 120 x 132 cm compuesto por 100 cajas de 12 botellas de 750ml.

Luego de definir las cantidades y el costo, se utiliza la herramienta Calculadora de FOB de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) para obtener el precio de exportación total del producto.

Tabla 20. Valor FOB posición arancelaria 2204.21.00.200F.

Total Costos De Exportación	3645,00 USD
Total Gastos Indirectos	97,20 USD
Costo Total	3742,20 USD
Utilidad Neta	1458,00 USD
Reintegro A Cobrar	364,50 USD
<b>PRECIO FOB</b>	<b>4835,70 USD</b>

Fuente: Calculadora FOB VUCE, 2022.

Como se puede observar en la tabla, el resultado indicado es de FOB/FCA total **4835,70** USD y FCA unitario por botella de vino de 4,02 USD.

Para este momento del proceso se tienen en cuenta todos los documentos necesarios para realizar la venta del producto al mercado extranjero.

Una vez enviada la oferta al comprador se espera su aceptación para concluir la fase de negociaciones y perfeccionar el contrato de compraventa. Siempre es importante formalizar un contrato por escrito. Algunos puntos comunes a la mayoría de los contratos son: nombre y dirección de las partes, producto, normas y especificaciones, cantidad, valor total del contrato, condiciones de entrega, envíos parciales, transbordos y agrupación de envíos, embalaje, etiquetado y rotulado, inspección, condiciones de pago, documentos de la operación, cláusulas penales en caso de incumplimiento y forma de resolver los eventuales conflictos.

En el momento que se ha obtenido el contrato de exportación y, de corresponder, se ha revisado a satisfacción el instrumento de pago, se debe encarar la etapa de producción del bien a exportar contratando los servicios necesarios para realizarlo.

La operación necesaria para el transporte en el caso de La Emilia será terrestre, es por eso que la contratación se realiza en forma directa con las empresas transportistas, las cuales deben poseer una habilitación internacional otorgada por los países involucrados.

Luego de producir el bien a exportar y contratar los servicios necesarios para su envío al exterior, se presenta el problema de despachar la mercadería realizando la correspondiente tramitación ante la Aduana y demás Organismos Intervinientes, así como la propia operación de carga de las mercaderías.

Los documentos a presentar por la empresa durante la etapa operativa son:

- ⊙ Factura comercial “E”.
  - ⊙ Lista de Empaque (“Packing list”).
  - ⊙ Carta de Porte o Tarjeta postal según lo que decida la empresa.
  - ⊙ Certificado de Origen: otorgado por la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba.
- Etapa Postventa.

En este momento del proceso de exportación La Emilia debe contemplar todo el proceso realizado en comparación con los cálculos y planes previamente preparados con el objetivo de comprender las diferencias entre lo estipulado y la realidad de la operación. La importancia de esta etapa radica en su implementación para futuras transacciones a partir de lo aprendido.

Además, es de suma importancia contar con un servicio postventa encargado de solucionar posibles problemas de la mercadería y brindar una correcta atención al cliente. Este servicio no solo eleva la calidad e imagen de la empresa, sino que refuerza las relaciones con las empresas en el mercado importador.

## Conclusión y Recomendaciones

Contemplando la totalidad del presente trabajo, cuyo objetivo general es "*reconocer una oportunidad de negocio de exportación de vinos artesanales de alta calidad de la empresa La Emilia SRL y su correcta inserción en el mercado latinoamericano para la campaña 22-23*"; se llega a la conclusión de que, para este caso específico, la empresa no cuenta con un desarrollo favorable para comenzar su proyecto de exportación en el período planteado. Particularmente, La Emilia posee un producto de alto valor comercial y de gran demanda en el mercado mundial, pero carece de la infraestructura necesaria para llevar a cabo su internacionalización por sí misma. Esto significa que su producción no es suficiente para satisfacer otros mercados sin descuidar el local y que su estructura es limitada para asumir las responsabilidades que conlleva abarcar otro destino para su producto.

Sin embargo, se le recomienda a la empresa realizar ciertos cambios para lograr ampliar sus oportunidades en el futuro.

Principalmente, se aconseja la tercerización de actividades referidas al comercio internacional, delegando la adaptación del producto y su comercialización en el mercado externo a especialistas con el objetivo de lograr una correcta inserción en un nuevo mercado.

Además, es una forma de mantener su integridad de empresa familiar y no verse obligada a incluir nuevas áreas dentro de la empresa, por lo menos en el corto plazo.

En cuanto a su primera experiencia en nuevos mercados, la unión de La Emilia con otras empresas del rubro dentro de un grupo de exportación es la mejor alternativa ya que es una gran forma aprender de otras empresas con mayor experiencia, disminuir costos de transporte y generar vínculos para obtener mayores beneficios. Por este motivo, se recomienda la inscripción en la Agencia ProCórdoba y en la Cámara de Comercio de Córdoba.

Una vez realizada su primera exportación la empresa tendrá la posibilidad de analizar su desempeño en búsqueda de optimizaciones y de planificar en base a estas las decisiones con respecto al abastecimiento de mercados externos. En el hipotético caso de que La Emilia siguiera este rumbo deberá incluir en su estructura un departamento específico destinado al comercio exterior que realice estudios de mercado, alcance nuevos clientes y se encargue de la totalidad del proceso con el objetivo de expandirse de manera exitosa.

## Referencias

- Álvarez Agis, E., & Ramírez, I. (2021, July 18). *La economía del desacuerdo: cuando la grieta va más allá de la política*. elDiarioAR.com. Retrieved September 20, 2022, from [https://www.eldiarioar.com/opinion/economia-desacuerdo-grieta-politica\\_129\\_8146454.html](https://www.eldiarioar.com/opinion/economia-desacuerdo-grieta-politica_129_8146454.html)
- Argentina: panorama general*. (n.d.). Banco Mundial. Retrieved September 9, 2022, from <https://www.bancomundial.org/es/country/argentina/overview>
- Boletín Oficial de la República Argentina. (2022, January 3). *CARNE BOVINA - Decreto 911/2021*. BOLETIN OFICIAL REPUBLICA ARGENTINA. Retrieved September 20, 2022, from <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/255612/20220103>
- Boletín Oficial de la República Argentina. (2022, April 28). *MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR - Resolución 405/2022*. BOLETIN OFICIAL REPUBLICA ARGENTINA. Retrieved September 20, 2022, from <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/261523/20220428>
- El Cronista. (2021, August 21). *La nueva ruta del vino en Córdoba: 4 historias de bodegas familiares y pioneras en la provincia*. El Cronista. Retrieved October 11, 2022, from <https://www.cronista.com/clase/break/la-nueva-ruta-del-vino-en-cordoba-4-historias-de-bodegas-familiares-y-pioneras-en-la-provincia/>
- Gorodisch, M. (n.d.). *Cotización de Dólar Blue*. El Cronista. Retrieved October 11, 2022, from <https://www.cronista.com/MercadosOnline/moneda.html?id=ARSB>
- Incidencia de la pobreza y la indigencia en 31 aglomerados urbanos. Segundo semestre de 2021*. (2022, March 30). INDEC. Retrieved September 9, 2022, from

[https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eph\\_pobreza\\_03\\_22F5E124A94B.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eph_pobreza_03_22F5E124A94B.pdf)

*Informe de avance del nivel de actividad. Primer trimestre de 2022.* (2022, June 23). INDEC.

Retrieved September 9, 2022, from

[https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/pib\\_06\\_223DB97C9F39.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/pib_06_223DB97C9F39.pdf)

*Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina.* (2022). INDEC:

Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina. Retrieved

September 9, 2022, from <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel3-Tema-3-9>

*Instituto Nacional de Vitivinicultura.* (2022). *Mercado Externo de Vinos y Mostos 2021.*

[https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2018/10/informe\\_anual\\_exportaciones\\_2021\\_definitivo.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2018/10/informe_anual_exportaciones_2021_definitivo.pdf)

La Nación. (2022, August 3). Las medidas de Sergio Massa: una por una, qué implican para

la vida cotidiana. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/economia/las-medidas-de-sergio-massa-una-por-una-que-implican-para-la-vida-cotidiana-nid03082022/#/>

Melconian, C., & Damon, M. (2022, February 25). Los 5 impactos económicos inmediatos y

las consecuencias para Argentina. *Ámbito Financiero*.

<https://www.ambito.com/economia/argentina/los-5-impactos-economicos-inmediatos-y-las-consecuencias-n5380761>

Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. (2022, February 24).

*Argentina reitera su "firme rechazo al uso de la fuerza armada" y llama a Rusia a cesar las acciones militares en Ucrania.* Ministerio de Relaciones Exteriores,

Comercio Internacional y Culto |. Retrieved October 11, 2022, from

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/actualidad/noticias/argentina-reitera-su-firme-rechazo-al-uso-de-la-fuerza-armada-y-llama-rusia>

- Nantes, E. A. (2019). El método Analytic Hierarchy Process para la toma de decisiones. Repaso de la metodología y aplicaciones. *Revista De La Escuela De Perfeccionamiento En Investigación Operativa*, 27(46).  
<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/epio/article/view/26474>
- Porce, P., Salvia, A., & Meyer, N. (n.d.). *Pobreza y desigualdades en nuestra Argentina : cómo acortar distancias.* / DSpace-CRIS @ UCA. Repositorio UCA. Retrieved September 9, 2022, from <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/13942>
- ProCórdoba. (2011, December 15). *Grupos de exportación: sumar esfuerzos para concretar objetivos.* Agencia ProCórdoba. Retrieved September 20, 2022, from <https://www.procordoba.org/grupos-exportacion-sumar-esfuerzos-para-concretar-objetivos-2505.html>
- Saaty, T.(2008). Decision making with the analytic hierarchy process. *Int. J. Services Sciences*, Vol. 1, No. 1, 2008.
- Saaty, R. W. (1987). The analytic hierarchy process—what it is and how it is used. *Mathematical modelling*, 9(3-5), 161-176.
- Scavage. (2022). *Exportaciones definitivas 2204.21.00 F.*  
<https://www.scavage.com/trade?menu=ar.export/definitive&query=product:22042100200&group=2,-1&resolve=1&inquiry=period>
- SICE - Documentos de Política Comercial.* (2022). SICE - OAS. Retrieved September 9, 2022, from [http://www.sice.oas.org/ctyindex/arg/argreements\\_s.asp#multi](http://www.sice.oas.org/ctyindex/arg/argreements_s.asp#multi)
- SICE, OEA. (n.d.). *SICE - Documentos de Política Comercial.* SICE - OAS. Retrieved September 20, 2022, from [http://www.sice.oas.org/ctyindex/ARG/ARGreements\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/ctyindex/ARG/ARGreements_s.asp)

TradeMap. (2022). *Importación de vinos 2021*. TradeMap.

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_Graph.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2204%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c2204%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2)

Treacy, M. (2021, junio). La política exterior argentina frente al volátil escenario internacional de la postpandemia y la competencia entre China y Estados Unidos: ¿aquiescencia, pragmatismo o autonomía?. *Aportes para la Integración Latinoamericana*. *Aportes para la Integración Latinoamericana*, 27(44), 2.  
<https://doi.org/10.24215/24689912e035>