

Oportunidades de negocio en Europa para la producción de maní de Córdoba.



Trabajo Final de Grado

Facundo Elías Peichotto

DNI: 42.831.383

Legajo: CIN02240

Licenciatura en Comercio Internacional

Resumen

Campo Agrícola es una empresa que se estableció en la provincia de Córdoba, Argentina. Dicha localización le permitió estar introducida en la región de mayor producción de maní del país y, junto a otros cereales, dispuso de sus hectáreas para la cosecha. Esta investigación buscó analizar al maní y su producción con el objetivo primordial de aumentar la productividad y la rentabilidad de la empresa. Para ello, se realizó un estudio general de la situación del país y una investigación de posibles países receptores de la producción de Campo Agrícola, que le permitan su crecimiento y establecimiento en la mente de nuevos clientes. El mercado europeo fue el elegido para ser analizado y los diferentes países que lo componen son puestos a prueba para ver sus situaciones económicas principalmente. Luego del estudio, se determinó a Reino Unido como la mejor opción para una exportación de la empresa, ya que de este territorio se obtuvo mejores resultados que de sus competidores. Para finalizar, se propuso una estrategia de marketing mix internacional en dicho mercado que buscó penetrar el mismo y establecerlo como un destino de la mercadería de Campo Agrícola.

Palabras Clave: Córdoba, Maní, Exportación, Reino Unido

Abstract

Campo Agrícola is a company that was established in the province of Córdoba, Argentina. This location allowed it to be introduced in the largest peanut-producing region of the country and, together with other cereals, it made its hectares available for harvesting. This research sought to analyse peanuts and their production with the primary objective of increasing the company's productivity and profitability. To this end, a general study of the situation in the country was carried out, as well as an investigation of possible recipient countries for Campo Agrícola's production, which would allow it to grow and establish itself in the minds of new clients. The European market was chosen to be analysed and the different countries that make up the market were tested to see their economic situations. After the study, the United Kingdom was determined as the best option for the company's exports, as it obtained better results than its competitors. Finally, an international marketing mix strategy was proposed for this market in order to penetrate it and establish it as a destination for Campo Agrícola's merchandise.

Keywords: Cordoba, Peanut, Export, United Kingdom.