

# Universidad Abierta Interamericana



Facultad de Ciencias Empresariales.  
Sede Rosario - Campus Pellegrini.  
Carrera: Licenciatura en Comercio Internacional.

Tesina Título:

## “La problemática del ingreso exitoso de empresas del sector farináceo a los Estados Unidos”

Alumno: Federico Rivoira [f.rivoira@hotmail.com](mailto:f.rivoira@hotmail.com)  
Domicilio: Av. Del Rosario 230 BIS – Rosario.  
Teléfono: 0341 156238634  
Tutor de contenidos: Dr. Edgardo Astbury.  
Tutor metodológico: Mg. Lic. Ana Maria Trottni.

SEPTIEMBRE 2013

## Índice

	Página
Introducción.....	3
Capítulo I:	
1.1 Descripción del sector y del producto.....	7
1.2 Situación actual del sector, respecto al producto a exportar.....	8
1.3 Análisis de empresas del sector, en la ciudad de Rosario y Granadero Baigorria.....	10
1.4 Situación del sector en el mercado anfitrión.....	11
1.5 Alternativas de ingreso al mercado estadounidense.....	12
1.6 Análisis del sector a futuro.....	19
Capítulo II:	
1.1 Requisitos para comenzar a exportar desde argentina.....	20
1.2 Documentación necesaria para el egreso de la mercadería.....	24
1.3 Requisitos para el ingreso de la mercadería en Estados Unidos.....	24
Capítulo III:	
1.1 Diagnostico de la empresa.....	33
1.2 Plan de expansión.....	37
1.3 Precio de nuestro producto para la exportación.....	42
1.4 Formas de cobro de la exportación.....	44
Conclusión.....	49
Aportes profesionales.....	51
Anexo.....	52
Bibliografía.....	64

## **Introducción**

**En el** presente trabajo analizamos la problemática del ingreso exitoso de empresas del sector farináceo a los Estados Unidos, al realizar sus primeras exportaciones.

Tomamos el caso de la empresa Molinos Cañuelas S.A.C.I.F.I.A (sociedad anónima, comercial, industrial, financiera),

Sus comienzos son de hace 80 años, contaban con un pequeño molino llamado Florencia, en la localidad de Laboulaye, provincia de Córdoba, donde realizaban el fraccionamiento de harinas en bolsas de 50Kg. para la elaboración de productos de panadería. Luego la empresa comienza a adquirir nuevos molinos en toda la Argentina, estratégicamente ubicados (Molino Pigue, Molino Adelia María, Molino Cañuelas)

En el año 1986 Molinos Cañuelas, adquiere la empresa pyme, de la ciudad de Rosario Bizcochos 9 de oro, en la que realiza inversiones e innovaciones para el lanzamiento de nuevos productos en el mercado. De esta forma se asienta Molino Cañuela en el mercado de consumo masivo. En 1988 compra una planta de elaboración de fideos, marca Múltiple, en Rio Cuarto, provincia de Córdoba. En el año 2001 incursiona en el fraccionamiento de aceite (girasol, maíz y oliva), harinas en paquetes de kg y pre-mezclas armando un porfolio de productos de consumo masivo.

Hoy se transformó en un grupo alimentario líder, en constante búsqueda de nuevos negocios, mercados y oportunidades. En el año 2001, comenzó su etapa de internacionalización con la exportación de harina y aceite a países tales como: Holanda, Francia, Bélgica, Sudáfrica, Australia, Nueva Zelanda, Uruguay, Brasil, Chile, Israel, Nepal, Paraguay, USA, España, Inglaterra, El Líbano, Siria, Cuba, Emiratos Árabes, Bolivia ,Perú, Barhaim, Mongolia, Haití, Costa Rica, Rep.Dominicana, Panamá, Puerto Rico, Trinidad y Tobago, Curaçao, Surinam, Canadá, Colombia, Costa de Marfil, Mauricio, Venezuela, Gambia, Guinea , Ghana, Benin, Angola.

Identificamos que diversas empresas del sector tienen inconvenientes al realizar sus primeras exportaciones de productos farináceos por falta de conocimiento acerca de las disposiciones de los Estados Unidos para ese sector, por ese motivo tomamos el caso de la empresa Molino Cañuelas, ya que la misma está analizando realizar su primera exportación de Bizcochos 9 de oro clásicos, hacia este mercado.

Las exigencias comprenden, restricciones y condiciones de acceso: actos prohibidos (violaciones), análisis y aprobación previa a la comercialización e importaciones, y regulaciones, tales como: buenas prácticas de elaboración (good manufacturing practices), requerimientos sanitarios, tolerancias de suciedad, estándares de alimentos, de identidad, de llenado de envase, de calidad, estándares de identidad, estándares de llenado de envase, estándares de calidad, uso de colorantes, estándares de alimentos de baja acidez o acidificados, requerimientos de etiquetado, etiquetado nutricional.

El producto a exportar está dentro del sector farináceo, el cual pertenece a la industria alimenticia. Al sector lo componen productos como: galletitas y bizcochos, gluten de trigo, harina de trigo, panificados, panificados dulces, pastas alimenticias, pizzas y prepizzas, premezcla de harina de trigo y productos de base de cereales inflados o tostados.

Trataremos de brindarle a la empresa un marco de referencia en aspectos comerciales en general para poder llevar a cabo una exitosa exportación.

Para lograr nuestro objetivo principal, analizamos las exigencias brindadas por el FDA (food and drug administration) organismo de los Estados Unidos. Su función principal es la de asegurar al consumidor que el alimento es puro, seguro para consumir, y producido bajo condiciones sanitarias, También la de brindar las regulaciones necesarias para el ingreso de alimentos y medicamentos.

Demostramos los aspectos que la empresa debería evaluar y tener en cuenta antes de realizar una exportación, como el aumento de la capacidad productiva, para poder cumplir con el envío solicitado de mercadería, sin desatender el mercado interno.

Evaluamos la competitividad del producto en relación al precio del mismo una vez llegado a destino, comparado con el de los productos competidores en el mercado anfitrión. El precio no será el mismo que en

nuestro mercado, ya que se verá incrementado por la suma de los derechos aduaneros, fletes y comisiones.

Analizamos los requisitos necesarios para lograr anotar a la empresa Molino Cañuelas, como exportadora en el organismo correspondiente a nuestro país, DGA (Dirección General de Aduanas) y las reglamentaciones vigentes sobre nuestro producto a exportar.

Nuestra hipótesis se basó en demostrar que es factible el ingreso exitoso de productos del sector farináceo a los Estados Unidos, respetando las condiciones dispuestas por los organismos que estén vinculados a las exportaciones.

Para ello brindamos un marco de referencia a las pymes que componen el sector farináceo para lograr con éxito sus primeras exportaciones.

Describimos el estado actual del sector farináceo en relación al comercio internacional, analizando los requisitos legales de ingreso y egreso que regulan la comercialización entre ambos países y analizando y evaluando los factores que se requieren para obtener valiosas conclusiones para proponer una estrategia comercial adecuada a la empresa.

Utilizamos técnicas cualitativas para determinar el número de empresas que componen al sector en la ciudad.

Las metodologías que utilizamos fueron las descriptivas y exploratorias. La descriptiva nos permitió conocer las características, las conductas y los procedimientos frente a las primeras exportaciones de las empresas del sector farináceo que se encuentran en la ciudad de Rosario. La exploratoria la empleamos para observar las claves y factores que llevan a realizar sin éxito una exportación.

En cuanto a las fuentes, utilizamos fuentes primarias y secundarias. Las secundarias nos permitieron determinar los problemas a los que se enfrentan las empresas para lograr sus primeras exportaciones, para ello analizamos información obtenida de los organismos especializados en la materia como son la Fundación Exportar, la OMC (Organización Mundial de Comercio), Banco Mundial, CEPAL, PROARGENTINA, artículos y/o revistas de especialidad, tales como Revista Forum de Comercio Internacional, entre otras. Analizamos el Código Aduanero Nacional, las normativas y restricciones vigentes.

En cuanto a las fuentes primarias, realizaremos una entrevista a la empresa Molino Cañuelas para detectar fehacientemente el conocimiento que posee acerca de la operatoria para lograr con éxito una primera exportación.

## Capítulo I

### Sector farináceo

#### 1.1 Descripción del sector y del producto

Según la real academia española un sector es un Conjunto de empresas o negocios que se engloban en un área diferenciada dentro de la actividad económica y productiva.

El sector farináceo, comprende la elaboración de varios productos, tales como:

Galletitas y bizcochos: galletitas dulces y saldas: Galletitas dulce: rellenas total o parcialmente bañadas, rellenas sin bañar, sin rellenar y bañadas, las demás galletas. Galletitas saladas: galletas sin sal y las demás galletas.

Gluten de trigo: corresponde al gluten de trigo, incluso seco.

Harina de trigo: se trata de harina de trigo fortificada con vitaminas y hierro, con adición de aditivos, las demás harinas de trigo.

Panificados: pan “knackebrot; pan de especias, pan tostado y similares, pan sándwich o de molde, pan Viena, pan rallado, los demás productos panificados.

Panificados dulces: pan dulces, budines con o sin fruta, tortas y tartas dulces, magdalenas rellenas, las demás magdalenas.

Pastas alimenticias: son las pastas sin cocer sin rellenar y sin huevo, los ravioles congelados, otras pastas congeladas rellenas, las demás pastas, tapas de empanadas.

Pizzas y prepizzas: corresponde a las pizzas y prepizzas.

Premezcla de harina de trigo: polvos para la preparación de productos de panadería, pastelería o galletitería.

Productos a base de cereales inflados o tostados: mezclas a base de maíz, a base de arroz, a base de trigo, a base de otros cereales

Los productos nombrados anteriormente, no están destinados a un segmento particular, ya que son considerados productos de consumo masivo.

Reciben esta denominación debido a que son demandados por la población para consumirlos de forma diaria y para satisfacer las necesidades básicas, en este caso, son utilizados para alimentarse.

En el mercado local, estos productos son ofrecidos mediante diferentes canales de distribución, como por ejemplo:

Mayoristas de comestibles.

Mayoristas de golosinas.

Distribuidores.

Cadenas de supermercados.

Puntos de venta final, kioscos y almacenes.

El producto que la empresa Molino Cañuelas pretende exportar, se encuentra dentro de la rama del sector de galletitas y bizcochos, debido a que el producto Bizcochos 9 de oro clásico, es un tipo de galletita salada.

Para la elaboración de esta galletita salada, la empresa utiliza un tipo de trigo particular, el cual se denomina trigo candeal.

El trigo candeal es una variedad de la especie *Triticum aestivum*, cultivadas con el propósito de obtener un grano apto para la elaboración de harinas con destino a la fabricación de productos específicos, tales como galletitas de tipo “crackers” o “cookies”, “snacks”, “biscuits”, pastelería en general, “donuts”, o productos relacionados.

En relación al comercio internacional, este producto se encuentra en la posición arancelaria número 1905.90.45, según el nomenclador común del sur (Ver página 52).

## 1.2 Situación actual del sector, respecto al producto a exportar

El sector cuenta con una gran variedad de productos, por ende, analizamos el sector desde la perspectiva de la rama de galletitas y bizcochos.

Según un informe de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la República Argentina, en el primer semestre de 2012, la producción creció

un 0,3% respecto a la de igual período de 2011, registrándose un total de 211.100 toneladas de estos productos.

En los dos últimos años cerrados (2010-2011), la producción anual de este sector superó las 400 mil toneladas. El consumo aparente de galletitas y bizcochos en el período acumulado enero - junio de 2012 decreció un 0,2% respecto a 2011, alcanzando las 194.045 toneladas y se consumieron en promedio alrededor de 785 gramos mensuales, por habitante, que significaron una baja de este indicador del 1,1%. En 2011 el consumo per capita fue de 10 kilogramos por habitante/año.

Asimismo, ese año puede ser considerado como uno de los mejores para el sector, con una performance positiva en el consumo aparente y en el consumo anual por habitante. Se anticipa para el 2012 una moderación respecto a ambos parámetros como consecuencia del incremento de las exportaciones (crecieron más que la producción de galletitas y bizcochos) y la disminución de las importaciones.

En cuanto a las exportaciones, en enero - junio de 2012, dentro del sector exportador de productos farináceos de segunda industrialización, las galletitas y bizcochos fueron los más importantes tanto en volumen como en valor. En igual período de 2011, las pastas alimenticias representaron el mayor volumen exportado por el sector mencionado, aunque coincidentemente el mayor ingreso de divisas para el país fue aportado por las galletitas y bizcochos.

En el primer semestre del año se exportó un volumen de galletitas y bizcochos 3,5% superior que en igual período acumulado de 2011, en tanto que medidas en valor las exportaciones realizadas por el conjunto del sector galletero se incrementaron el 16,1%.

En dicho período las operaciones de exportación sumaron 17.715 toneladas, por un total de US\$ FOB 33,9 millones.

Tanto en volumen como en valor, el principal destino para las exportaciones de galletitas y bizcochos, en el acumulado enero - junio de 2012, fue Angola. Obtuvo la más alta participación sobre el total exportado de estos productos (25,4% y 22,5%, respectivamente).

En segundo lugar se ubicó Chile y como tercero se situó Uruguay. Los tres destinos tuvieron participaciones similares tanto en volumen como en valor

que superaron, en cada caso, el 20% de lo comercializado por Argentina en el período bajo análisis. La mayor parte del volumen de galletitas y bizcochos exportados estuvo constituido por un 34% de “galletas con sal”.

### 1.3 Empresas del sector, en la ciudad de Rosario y de Granadero Baigorria

El sector esta integrado por 2 empresas en la ciudad de Rosario:

Bizcochos Campeón SRL.

La Cumbre S.A.

Estas empresas elaboran un bizcocho similar a la de la empresa Molino Cañuelas.

Realizamos una breve descripción de las empresas nombradas, respecto a sus participaciones en el comercio internacional.

La empresa “La cumbre S.A.” (Según datos obtenidos en su página web) exportó de bizcochos y galletitas a países como:

Estados Unidos.

Canadá.

Chile.

Angola.

Uruguay.

Paraguay.

Colombia.

Otros países de Centro América.

Realizan viajes a ferias internacionales, para generar contactos en el exterior y conocer las más variadas culturas gastronómicas, para poder dar respuestas a cada una de ellas, mediante el desarrollo de productos que se adapten a las tradiciones de los países importadores.

En la actualidad, la empresa exporta a países limítrofes tales como: Chile, Uruguay y Paraguay aprovechando las ventajas arancelarias que se presentan, ya que son países miembros del MERCOSUR.

Dejó de exportar a los Estados Unidos, ya que es un mercado muy exigente en cuanto a las restricciones, a las condiciones de acceso, y los volúmenes exportados a dicho mercado, no representaban una gran ganancia a la empresa, porque se exportaba de forma esporádica.

En el caso de la empresa Bizcochos Campeón SRL la situación es totalmente diferente, ya que es una empresa familiar y sus actividades se basan solo en el mercado interno, por su capacidad productiva y empresarial.

Por tal motivo, pensar en realizar una exportación, es casi imposible y más hacia un mercado exigente como el de los Estados Unidos.

La situación de la empresa Molino Cañuelas, es diferente, debido a que cuenta con una mayor tecnología y capacidad productiva, y con un elevado conocimiento para realizar exportaciones, gracias a que la empresa desarrolla envíos al exterior, de algunos de los productos que elaboran, como aceites y harinas, a diferentes mercados en el exterior como a:

Holanda.

Francia,

España.

Emiratos Árabes.

Puerto Rico.

Australia.

Sudáfrica.

#### 1.4 Situación del sector en el mercado anfitrión

Haciendo un relevamiento del sector en el país anfitrión, podemos encontrar varias empresas que ofrecen productos similares a nuestra mercadería, ellas son:

EssenSmart

Nabisco

Fresh Baked

Keebler

Davi's Cookies

Pepperidge Farm

Nestle

Amaranth Graham Crackers

Estas empresas, elaboran bizcochos de tipo crackers, similares al producto Bizcochos 9 de oro clásico, y se ofrecen en el mercado estadounidense, con el mismo tipo de presentación al público, es decir, en paquetes de de 200gr o 7.2 OZ.

En cuanto a los precios detectamos que estas presentaciones, se comercializan en un rango de precios que va de 3.20 a 4.50 dólares, por unidad, dependiendo la marca y lugar en el que se le ofrece al público. El precio varía si se compra en un mayorista como por ejemplo Costco o en una boca de expendio minorista como es el caso del supermercado Publix.

### 1.5 Alternativas de ingreso al mercado estadounidense

Cuando la empresa toma la decisión de exportar, debe escoger una estrategia de entrada. Esta decisión debe reflejar un análisis del potencial del mercado, de las capacidades de la empresa y del grado de la implicancia del marketing y el compromiso que la dirección está preparada a tomar.

El enfoque de la empresa con respecto al marketing internacional puede requerir una inversión mínima y estar limitado a la exportación poco frecuente, o bien una empresa puede hacer grandes inversiones de capital y esfuerzo de dirección para lograr y mantener una participación permanente y específica en los mercados mundiales, en este caso, en el mercado estadounidense.

Molino Cañuelas debe tener en cuenta que existe una amplia variedad de estrategias de entrada a los mercados exteriores. Cada una tiene ventajas y desventajas particulares, dependiendo de las fuerzas y debilidades de la empresa, del grado de compromiso que la empresa está dispuesta a adquirir o que tiene capacidad de mantener y de las características del mercado.

Los métodos de penetración de mercados y/o comercialización internacional más utilizados para aumentar la participación en el comercio se diferencian principalmente en su grado de inversión tanto en tiempo, como en costo y riesgos.

Una empresa puede lograr insertarse en el mercado internacional mediante la elección entre exportación directa o indirecta.

Lo más común para empresas recientes o que están en vías de desarrollo, es analizar tal actividad de manera indirecta, que se justifica por su falta de conocimiento del mercado exterior, como así también, de las herramientas para llevar a cabo dicho proceso.

Por este motivo, seguidamente, desarrollamos las dos maneras para insertarse en el mercado exterior:

## Exportación directa:

La exportación directa, es la que realiza una empresa mediante sus propios medios, puede llevarse a cabo por un departamento de la empresa misma, que se dedique al comercio internacional. A su vez, puede realizarse de manera indirecta, mediante la participación de agente intermediario, distribuidores, mayoristas, nacionales o en el exterior.

El principal inconveniente de este tipo de exportación es la necesidad de encontrar intermediarios adecuados que tengan posibilidades concretas de colocar su producto.

Las razones por las cuales las empresas deciden comenzar a exportar son diversas, reconocen factores internos o externos que le demuestran la necesidad o el éxito del producto en el mercado exterior y le generan curiosidad de conocer la posibilidad de expandir su mercado y avizorar o participar en uno más amplio.

Para muchas compañías la internacionalización es gradual. En mercados pequeños las compañías pueden nacer globales y fundadas expresamente para el comercio internacional ya que el mercado local puede resultar muy pequeño. Habrá empresas que logren sus primeras exportaciones dentro de los dos primeros años de existencia lo que las convierte en exportadores natos o de inicio.

En un principio la gran mayoría de las empresas no están interesadas en el mercado internacional; si los pedidos no solicitados siguen llegando la organización puede convertirse en un exportador parcialmente interesado.

En la siguiente etapa, la organización empieza a explorar los mercados internacionales de manera global y la dirección está dispuesta a considerar la posible exportación. Después de esta etapa exploratoria la empresa se convierte en un exportador experimental a países psicológicamente cercanos.

Luego la organización evalúa el impacto de la exportación en sus actividades generales, donde podrá surgir cierto nivel de decepción y podría retirarse. Sin embargo seguirá existiendo como un exportador experimentado.

La etapa final es la adaptación a las exportaciones. La empresa es un exportador experimentado a determinado país y ajusta sus actividades a tasas de cambio, aranceles y otras variables.

Exportación indirecta:

Las empresas a las que no les interesa exportar por sus propios medios, por falta de conocimiento o herramientas, pueden participar en el comercio internacional al utilizar intermediarios. Estos cuentan con información detallada de la competencia, poseen contactos personales con compradores potenciales en el extranjero, evalúan riesgos de crédito, visitan clientes extranjeros y administran la entrega física del producto.

Una alternativa a tener en cuenta es la creación de una trading común para diversas PYMES productoras de bienes complementarios o compatibles.

Es un concepto similar al que puede presentar un consorcio de exportación o agrupación para la exportación. Estas organizaciones resultan particularmente útiles para las PYMES, las cuales están, por lo general, limitadas en su capacidad individual de comerciar internacionalmente.

\*Dos intermediarios claves son:

\*Las compañías administradoras de exportaciones

\*Las compañías comercializadoras.

\*Compañías administradoras de exportaciones (CAE):

Son empresas domésticas que se especializan en realizar servicios internacionales de marketing como representantes a comisión o como distribuidores. Tienen dos formas principales de operar:

1- Pueden adquirir el título de los bienes y operar por cuenta propia, ofreciendo un canal de exportación convencional y negociando el precio con los proveedores. Por lo tanto asume el riesgo de la comercialización.

2- Pueden realizar servicios como agente a través de una relación contractual formal o informal especificando exclusividad, cuotas de venta, precios y promoción. Es decir que como agente la CAE desarrolla el marketing, las estrategias y los contactos internacionales. El riesgo es que se extiendan demasiado no pudiendo representar adecuadamente a todos sus clientes y productos.

Para que una CAE funcione ambas partes deben reconocer la delegación de responsabilidades, los costos asociados y la necesidad de compartir información, cooperación y confianza mutua.

**\*Compañías comercializadoras:**

Desempeñan un papel único en el comercio mundial al importar, exportar, intercambiar, invertir y fabricar. Por su gran tamaño pueden beneficiarse de economías de escala y realizar sus operaciones con márgenes de utilidad bajos.

Los motivos de su éxito son cuatro:

1- Al concentrarse en obtener información acerca de las oportunidades del mercado y al invertir grandes sumas en el desarrollo de sistemas de información, estas empresas cuentan con mecanismos y organizaciones para recopilar, evaluar y transformar información en oportunidades.

2- Las economías de escala les permiten tomar ventaja de su vasto volumen de transacción para obtener trato preferencial.

3- Sirven a grandes mercados internos y pueden beneficiarse por oportunidades de trueque.

4- Estas empresas tienen acceso a grandes cantidades de capital pudiendo realizar transacciones más grandes y arriesgadas que las realizadas por otras organizaciones.

También se puede optar por otros métodos de internacionalización, como en el caso de la inversión extranjera directa (IED).

En este caso, una empresa puede invertir en el mercado internacional a través de IED o invertir en portafolios, que es la adquisición de acciones y bonos en el plano internacional, e implican un grado de control sobre la empresa.

Puede llevarse a cabo mediante: Propiedad plena; Inversiones conjuntas; Alianzas estratégicas; entre otras; que no responden al presente análisis.

En el caso que no se quiera desembolsar una gran cantidad de capital, la opción más conveniente es la concesión de licencias.

Los derechos de patentes, los derechos de marcas registradas y los derechos para utilizar procesos tecnológicos se conceden a través de licencias para el exterior.

Pocas empresas limitan sus operaciones en el exterior a la concesión de licencias, generalmente se va como un complemento a la exportación o a la manufactura, más que como un medio único de entrada a los mercados exteriores. Las ventajas de la concesión de licencias son muchas, son útiles cuando el capital es escaso, cuando las restricciones a las importaciones prohíben otras formas de acceso, cuando un país es sensible a la propiedad extranjera o cuando es necesario proteger patentes y marcas registradas contra cancelación por no utilizarlas.

A pesar de que ésta puede ser la manera menos beneficiosa de entrar a un mercado, los riesgos son menores que en las inversiones directas; es una forma legítima de explotar la propiedad intelectual en un mercado extranjero.

Determinar el valor de la propiedad con que se otorgará una licencia es un problema clave para los ejecutivos internacionales relacionados con la concesión de licencias. Los métodos de fijación de precios varían desde un análisis sistemático por parte del concesionario para determinar el beneficio potencial (siguen la regla del 25%, es decir aplican el 25% del beneficio previo a los impuestos) hasta calcular la que el mercado soportará. En algunos casos las leyes restringen la cantidad de regalías que pueden pagarse.

La concesión de licencias en el mercado internacional puede tomar varias formas; las licencias pueden ser otorgadas para procesos de producción, para el uso de un nombre registrado o para la distribución de productos importados.

En algunas circunstancias, la concesión de licencias proporciona un acceso ideal a los mercados de países extranjeros que de otra forma restringirían la entrada a las empresas no nacionales.

Las licencias pueden estar estrictamente controladas o pueden ser autónomas y permiten la expansión sin un gran capital o compromiso de personal si los que reciben las licencias tienen las capacidades requeridas.

Otra manera es trabajar en conjunto con otras empresas, joint ventures, en este caso una empresa puede decidir compartir la dirección de una o más empresas extranjeras colaboradoras y formar una empresa conjunta por muchas razones. Una de las razones más importantes para entrar a una empresa conjunta es la reducción sustancial de los riesgos políticos y económicos en función de la cantidad de las contribuciones del socio de la empresa.

Una empresa conjunta puede ser atractiva para una empresa internacional cuando:

Permite a una empresa utilizar los conocimientos específicos de un socio local,

Permite al vendedor tener acceso al sistema de distribución local del socio,

Busca entrar a un mercado en el que la propiedad del total de las actividades está prohibida,

Carece del capital o de las capacidades del personal para expandir de otro modo sus actividades internacionales.

Existen algunas objeciones a esta forma de desarrollar un mercado extranjero. El miedo principal es la pérdida del control absoluto y tal vez la pérdida de la libertad de acción en las operaciones de producción y marketing.

El compromiso con la empresa conjunta depende del tipo de mercado, del país en el que la empresa planifica realizar negocios y de la base de la empresa. Hay muchas razones por las que las empresas intentan formar empresas conjuntas. Entre las más importantes, según un estudio del Conference Board, están:

1. Nuevos mercados atractivos para empresas con mercados maduros en su lugar de origen,
2. La necesidad de tratar con un creciente nacionalismo económico, especialmente importante en los países del tercer mundo donde muchos requieren la participación local para cualquier inversión,
3. La necesidad de nuevas materias primas, importantes para las industrias extractivas políticamente sensibles que buscan nuevas fuentes de materias primas y un medio para reducir el elevado riesgo económico de nuevas empresas,
4. Proporcionar una base de exportación desde una nueva región; cuando un socio está en una asociación de mercado común, una empresa conjunta con uno de los países asociados facilita la tarea de exportar a todos los miembros del mercado común,

Existen numerosos métodos legales para unir a dos empresas, pero la forma de empresa conjunta es esencialmente una fusión o sociedad de dos o más empresas participantes que han unido fuerzas por razones de marketing, de financiación, de dirección o una mezcla de todas ellas.

Por último, las franquicias son una forma en rápido crecimiento de la concesión de licencias mediante la cual el otorgante proporciona un paquete estándar de productos, sistemas y servicios de dirección y el concesionario proporciona el conocimiento del mercado, el capital y el compromiso personal en la dirección.

La combinación de habilidades permite la flexibilidad al tratar con las condiciones locales del mercado y proporciona a la empresa matriz un grado de control razonable. El otorgante puede seguir el proceso de marketing de los productos hasta el punto de venta final. Es una forma importante de integración vertical del mercado.

Potencialmente, el sistema de franquicia proporciona una mezcla eficiente de la centralización de las habilidades y la descentralización de operaciones, y se ha convertido en una forma de marketing internacional que está ganando importancia.

La franquicia es una forma atractiva de organización corporativa para las empresas que desean expandirse rápidamente con una inversión baja de capital. El sistema de franquicia combina el conocimiento del otorgante de la franquicia con el conocimiento local y el espíritu empresarial del concesionario.

Las leyes y regulaciones extranjeras son más amistosas hacia las franquicias porque tienden a alentar la propiedad, las operaciones y empleo local.

Existen tres tipos de franquicias utilizado por éste tipo de empresas:

Franquicia maestra.

Empresa conjunta.

Concesión de licencias.

Cualquiera de ellas puede tener al gobierno de un país como socio. La franquicia maestra es el acuerdo más inclusivo y el método más utilizado en mas de la mitad de las franquicias internacionales, esta da al concesionario los

derechos sobre un área específica (muchas son para un país entero) con la autoridad de vender o establecer subfranquicias.

Existen distintas formas y etapas para lograr una eficiente internacionalización de las empresas. Los métodos seleccionados para lograrlo, dependen de diversos factores y variables que responden no sólo a los recursos o habilidades de la empresa que desea incursionar en otros mercados, sino también, al mercado donde ella quiere hacerlo, a los organismos que regulan los tratativas internacionales, a los gobiernos y sus políticas frente a dichas prácticas, a la competencia en cada mercado y país, y principalmente a los consumidores del producto que representan el objetivo de cada empresa.

Cada una de estas variables debe analizarse y tenerse en cuenta para poder diseñar una estrategia a realizar, que responda de manera efectiva frente a los eventuales factores que puedan presentarse y así evitar mal interpretaciones o cometer errores.

#### 1.5 Análisis del sector a futuro

Según informes obtenidos de la Secretaria de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Republica Argentina, se prevé un incremento en la producción del sector farináceo en un 0.2% en el año 2013, respecto al año pasado, que se traduce en una suba total de 198.500 toneladas de productos del sector.

Se considera que en el año 2013, el consumo aparente de galletitas y bizcochos decaerá un 0.2% respecto al año 2012, alcanzando una baja de 190.500 toneladas.

En cuanto a las exportaciones, se incrementaran en un 3% y habrá una disminución de las importaciones. Las galletitas y bizcochos (productos farináceos de segunda industrialización) encabezan las exportaciones del sector tanto en volumen como valor.

## CAPITULO II

### Requisitos legales

#### 1.1 Requisitos para comenzar a exportar desde Argentina

Para que la empresa Molinos Cañuelas, pueda realizar la exportación de Bizcochos 9 de oro clásicos, debe seguir una serie de pasos.

Como primera medida, debe inscribirse en el Registro de Importadores y Exportadores de la República Argentina, siendo obligatoria y se realiza en la Dirección General de Aduanas, este trámite se realiza sólo una vez y es válido para efectuar operaciones de exportación y/o importación indistintamente. El trámite de inscripción dura aproximadamente 10 días hábiles (ver anexo, página 53).

En la Dirección General de Aduanas, se pueden inscribir personas físicas o jurídicas.

.Los requisitos para la inscripción son:

- 1- Tener capacidad para ejercer el comercio.
- 2- Tener la clave única de identificación tributaria (C.U.I.T)

Una vez obtenido el número de inscripción, este nos habilita para operar a través de cualquier aduana del país.

Las personas de existencia visible tienen como requisito para la inscripción en el Registro:

Tener capacidad para ejercer por sí mismo el comercio.

Acreditar la inscripción y el domicilio fiscal ante la Dirección General Impositiva (DGI), dependiente de la administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), a través de CUIT.

Acreditar la solvencia necesaria u otorgar a favor de la DGA dependiente de la AFIP una garantía, conforme y según determinare la reglamentación, en seguridad del fiel cumplimiento de sus obligaciones.

No estar comprendido en alguno de los siguientes supuestos:

Haber sido condenado por algún delito aduanero, impositivo o previsional, siempre que no haya transcurrido el doble del máximo de la pena prevista en la ley para dicho delito desde el momento de cumplida la condena.

Haber sido socio ilimitadamente responsable, director o administrador de cualquier sociedad o asociación, cuando la sociedad o la asociación de que se tratase hubiera sido condenada por cualquiera de los ilícitos mencionados anteriormente. Se exceptúa de esta inhabilitación a quienes probaren haber sido ajenos al acto o haberse opuesto a su realización.

Estar procesado judicialmente o sumariado en jurisdicción de la AFIP, por cualquiera de los ilícitos indicados en el primer punto mientras no fuere sobreseído o absuelto por sentencia o resolución firme. No obstante lo dispuesto precedentemente, podrán inscribirse en el Registro en la medida que otorguen garantías suficientes en resguardo del interés fiscal.

Ser fallido.

Estar inhabilitado judicialmente para administrar o disponer de sus bienes mientras esta situación subsistiere.

Estar inhabilitado para importar o exportar.

Mientras que los requisitos cuando se trate de personas de existencia ideal, son los siguientes:

Estar inscriptas en la Inspección General de Justicia (IGJ) y presentar sus contratos sociales o estatutos.

Acreditar la inscripción y el domicilio fiscal ante la DGI dependiente de la AFIP, a través de CUIT.

Acreditar la solvencia necesaria u otorgar a favor de la DGA dependiente de la AFIP una garantía de \$30000 en seguridad del fiel cumplimiento de sus obligaciones, de conformidad con lo que determine la reglamentación.

No encontrarse la sociedad, asociación o cualquiera de sus directores, administradores o socios ilimitadamente responsables haber sido condenado por algún delito aduanero, impositivo o previsional, siempre que no haya transcurrido el doble del máximo de la pena prevista en la ley para dicho delito desde el momento de cumplida la condena.

\*Documentación necesaria:

En el caso de que las sociedades sean: sociedad anónima, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad comercial, deberán presentar:

Dos ejemplares del Formulario OM 1228 E (ver anexo, página 53), certificado por Despachante Aduanero o Escribano Público, cuando la certificación se realiza por un escribano, es necesario legalizarla por el colegio de escribanos.

El formulario será integrado a máquina en todos sus campos en original cada uno de ellos por el Importador/Exportador con carácter de declaración jurada.

El domicilio real se deberá corresponder con el registro ante la DGI para la CUIT, siendo aquél la sede donde se ejerce la administración superior, ejecutiva o gerencial.

Los formularios se integrarán en forma completa, con excepción de la firma de los autorizados, que deberán figurar al dorso en el espacio en blanco disponible en dicho formulario. Se aclarará para cada firma nombre y apellido.

Es condición indispensable para la aceptación del formulario que las firmas no estén encimadas o superpuestas.

Un modelo de acta de Distribución de Cargos y Personas Autorizadas a suscribir la documentación de comercio exterior certificado únicamente por escribano público.(ver anexo página 55)

El acta se presentará de acuerdo al modelo que integra el anexo de la Resolución 582/1999 (ver anexo página 56) para todo tipo de exportadores, excepto para las personas físicas que no cuenten con personas autorizadas para intervenir documentación aduanera y para los importadores/exportadores ocasionales que también cumplan con la citada condición.

Las sociedades irregulares o las personas físicas que cuenten con personas autorizadas para intervenir documentación aduanera o cualquier otro tipo de ente, adecuarán la integración del acta a la información que corresponda.

Fotocopia del CUIT. En la presentación deberá contar con el original, a efectos de que la aduana certifique la copia.

En cambio la documentación necesaria para unipersonales será:

Dos ejemplares del formulario OM 1228E, certificado por agente de aduana o escribano público.

Fotocopia de documento de Identidad (DNI, LE).

Fotocopia del CUIT. En la presentación deberá contar con el original, a efectos de que la aduana certifique la copia.

Cada vez que se produzcan modificaciones de los datos declarados, será responsabilidad del exportador informar en forma inmediata a la DGA los datos modificados, mediante la presentación ante la División Registro de la Subdirección General de Legal y Técnica Aduanera o ante la Sección Registros de las Aduanas del Interior, según corresponda.

También existe la posibilidad que la empresa se registre como exportador no habitual, esta opción brinda la posibilidad de realizar una operación específica y luego se da de baja. Una vez presentado el formulario de solicitud éste no se retira, sólo se debe consultar al sistema maría previamente a la operación a fin de verificar que ha sido dado de alta como exportador.

Presentada y autorizada dicha solicitud, se dispone de 60 días de plazo de validez de dicha autorización, si dentro de ese plazo no se realiza operación alguna, automáticamente el sistema da la baja. La documentación necesaria que deben presentar para registrarse las sociedades o unipersonales que deseen realizar una única operación, es la siguiente:

Un ejemplar del Formulario OM 1752-C certificado por agente de aduana o escribano público.

Fotocopia de Documento de Identidad (DNI, LE)

Fotocopia del CUIT.

Un modelo de acta de distribución de cargos, certificado únicamente por escribano público (en caso de ser una sociedad).

## 1.2 Documentación necesaria para el egreso de la mercadería

La mercadería que la empresa desea exportar, requiere la obligatoriedad de efectuar el aviso de exportación en el Instituto Nacional de Alimentos (INAL) para ser presentado ante las autoridades de la Dirección General de Aduanas. Este trámite tiene una duración de 24 horas, siempre que se cumpla con todos los requisitos establecidos en la Disp. ANMAT N\* 4377/01. (Ver anexo página 57)

Para que el ingreso de la mercadería en Estados Unidos, es necesario contar con el certificado de apto consumo o el certificado de libre venta, el cual el Instituto Nacional de Alimentos (INAL) lo extenderá a pedido del exportador.

## 1.3 Requisitos para el ingreso de la mercadería en Estados Unidos

Estados Unidos, cuenta con el Food and Drug Administration (FDA), es el organismo estatal que tiene la responsabilidad de:

Proteger la salud pública mediante la regulación de los medicamentos de uso humano y veterinario, vacunas y otros productos biológicos, dispositivos médicos, el abastecimiento de alimentos en Estados Unidos, los cosméticos, los suplementos dietéticos y los productos que emiten radiaciones.

Favorecer la salud pública mediante el fomento de las innovaciones de productos.

Proveer al público la información necesaria, exacta, con base científica, que le permita utilizar medicamentos y alimentos para mejorar su salud.

El FDA, tiene influencia en 50 estados de Estados Unidos, el Distrito de Columbia, Puerto Rico, Guama, las Islas Vírgenes, Samoa Americana y otros territorios y posesiones del país.

Este organismo, dicta y regula diferentes restricciones y condiciones de ingreso a productos exportados hacia los Estados Unidos, desde distintos países del mundo.

En el año 1938 el congreso de Estados Unidos, dicto una ley básica para el caso de la importación de productos agrícolas y alimenticios denominada "Federal Food, Drug and Cosmetic Act" (FFDCA), debido a que más de 100 personas mueren después de haber consumido un elíxir sulfanilamida con sabor a frambuesa, el cual había sido introducido al mercado por la S.E. Massengill Company sin las pruebas correspondientes. Alrededor del 70% del producto era altamente tóxico. Desde la sanción de la ley FFDCA, el FDA, posee el poder de examinar todos los medicamentos, alimentos y cosméticos exportados al país.

El FDA debe velar por el cumplimiento de la ley, para asegurar al consumidor que el alimento es puro, seguro para comer, y producido bajo condiciones sanitarias; que los medicamentos y artículos son seguros y efectivos para el uso asignado; que los cosméticos son seguros y elaborados con los ingredientes apropiados; el rotulado o etiquetado así como el empaquetado es confiable, informativo y claro. "The Fair Packaging and Labeling Act" afecta el contenido y la ubicación de la información requerida en el envase.

La ley describe diferentes condiciones de acceso y restricciones que se deben cumplimentar.

En el caso de las condiciones de acceso, describe:

1- La distribución o la importación en EEUU de artículos adulterados o etiquetados incorrectamente. El término "adulterado" incluye productos defectuosos, inseguros, sucios, o producidos en condiciones insalubres. El término "etiquetado incorrecto" incluye frases, diseños o figuras en la etiqueta que son falsos o engañosos y que no proveen la información requerida en el mismo. Prohíbe la distribución de un artículo que requiere aprobación previa y no ha sido autorizado por FDA, o que requiere determinados informes y no han sido provistos, y la no autorización de inspección sobre instalaciones reguladas.

2- En el área de alimentos las sustancias agregadas al alimento deben ser "generalmente reconocidas como seguras, previamente aprobadas o aprobadas bajo determinadas regulaciones de FDA basadas en datos

científicos. Las muestras de determinados colorantes deben ser analizados y certificados por los laboratorios de FDA. Los residuos de pesticidas en los productos alimenticios no deben exceder las tolerancias establecidas por EPA (Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos) y ejecutado por FDA. Dicha aprobación previa a la comercialización debe estar basada en datos científicos provistos por el productor, y está sujeto a revisiones y aceptación por parte de científicos del gobierno.

La entrega de datos falsos para obtener una aprobación es un acto penado por la ley. Si bien los requerimientos son iguales para productos domésticos e importados, el cumplimiento de los mismos es diferente. Los productos importados regulados por FDA están sujetos a inspección en Aduana a la entrada de EEUU. Los embarques que no cumplen con las leyes y regulaciones están sujetos a detención. Los mismos deben ser adecuados a las leyes y regulaciones, destruidos o re-exportados. A discreción del FDA, se le permite al importador adecuar la mercadería para cumplir con las leyes, previa a la decisión final que determina si puede ser aprobada su entrada. Cualquier selección, reprocesado o re-etiquetado debe ser supervisado por un funcionario de FDA a costo del importador. Tanto el exportador extranjero como el importador deben reconocer que una liberación condicional de la mercadería para ser adecuada no es un derecho sino un privilegio. El abuso de este privilegio, con repetidos embarques del producto ilegal, puede resultar en el rechazo de dicho privilegio para importaciones subsecuentes.

Las regulaciones dictadas por el FDA son:

- 1) Establece requerimientos de salubridad, inspección de los materiales y del producto terminado y otros controles de calidad, que establecen especificaciones para muchos alimentos.
- 2) Proteger al público de productos que pueden ser deletéreos, sucios o descompuestos o que han sido expuestos a condiciones insalubres que puedan contaminar al producto con suciedad o producir daños a la salud. Las regulaciones sanitarias van más allá de prohibir el comercio de productos que acarrear enfermedades. La ley requiere que los alimentos sean producidos en ambientes limpios.

a- Se prohíbe el comercio o distribución de alimentos que puedan tener materias ofensivas como suciedad. Se considera suciedad a varios contaminantes tales como pelos o excretas de rata, ratón u otros animales, insectos enteros o parte de ellos y/o su excreta, gusanos parasitarios, contaminantes de desechos humanos y/o animales, así como otras materias extrañas.

b- También se requiere que el alimento esté protegido durante todos los procesos de producción, incluyendo exterminación y erradicación de roedores, inspección y clasificación de los insumos para eliminar las partes infestadas o descompuestas, el manipuleo rápido y el almacenamiento apropiado para prevenir el desarrollo o la contaminación, la utilización de equipo limpio, el control de posibles fuentes de contaminación cloacal y supervisión del personal que prepara los alimentos.

Algunos productos no contaminados en origen pueden contaminarse durante el transporte y deben ser detenidos o confiscados. De allí la importancia del manejo apropiado en el almacenamiento en el medio de transporte. Aunque el productor/exportador no es culpable, la ley requiere acción en contra de la mercadería ilegal sin importar donde se convirtió en ilegal. Es por ello que se debe embalar los productos de forma tal que estén protegidos contra el deterioro o contaminación en tránsito, y se debe exigir al transportista el mantenimiento sanitario del transporte y la separación de otra carga que pueda contaminar.

c- La fumigación de los productos infestados con insectos trae como consecuencias que el producto se considere ilegal debido a la presencia de insectos muertos. La fumigación debe emplearse cuando es necesaria, para prevenir la infestación, considerando que dicha acción puede traer aparejada una concentración de pesticida mayor a la permitida.

3) No especifica tolerancia para suciedad o descomposición, considera que el alimento está adulterado si en su totalidad o en parte tiene suciedad, descomposición o podredumbre. Esto no significa que un alimento está condenado a ser rechazado por la presencia de materias extrañas en cantidades mínimas luego de que se hayan tomado todas las medidas necesarias.

a- FDA reconoce que no es posible desarrollar, cosechar, procesar un cultivo totalmente libre de defectos naturales. La alternativa de incrementar el

uso de químicos para controlar insectos, roedores u otros contaminantes no es aceptable por el potencial efecto de los residuos de pesticidas en la salud.

b- FDA ha publicado una lista de "Niveles Defectuosos de Tolerancia" citando las cantidades de contaminación que el alimento debe poseer para que el mismo se destinatario de acción por parte de FDA. Los mismos se establecieron a niveles que no imponen riesgo a la salud y pueden ser cambiados de tiempo en tiempo.

4) Los estándares son necesarios tanto para el consumidor como para la industria alimenticia.

a- Se establecen los valores nutricionales y de calidad general de gran parte de los alimentos. Sin los estándares, alimentos diferentes tendrían el mismo nombre, y el mismo alimento nombres diferentes, ambas situaciones confunden y engañan al consumidor creando una competencia injusta.

b- La Sección 401 del FFDCa, insta regulaciones fijando y estableciendo estándares para cualquier alimento, si es posible bajo su nombre común o usual, una razonable definición y estándar de calidad y/o un razonable estándar de llenado del envase. Sin embargo, no se establece una definición o estándar de identidad o calidad para frutas secas o frescas, hortalizas frescas o secas o manteca, excepto para palta, frutas cítricas, y melones.

5) Se define determinado alimento y los ingredientes que deben o pueden ser utilizados y cuales deben ser declarados en el etiquetado. Son normalmente estándares mínimos y establecen especificaciones para los requerimientos de calidad.

6) Se define cuán lleno debe estar el envase y como se mide ese llenado. Los estándares de FDA asumen que el alimento es preparado apropiadamente de materia limpia. Los estándares normalmente no están relacionados con factores tales como impurezas peligrosas, suciedad y descomposición. Sin embargo hay excepciones, por ejemplo, los estándares para huevos enteros y productos provenientes de las yemas y de las claras requieren que estos productos estén pasteurizados o tratados de otra manera de forma tal de destruir al microorganismo Salmonella. Algunos estándares para alimentos establecen requerimientos nutricionales, por ejemplo pan enriquecido, o leche descremada con agregado de vitaminas A y D.

7) Los estándares de calidad bajo FFDCa es un estándar mínimo. Si un alimento para el cual se promulgó un estándar de calidad o de llenado de

envase se encuentra por debajo de los límites definidos en el mismo, debe reflejar en un tamaño y estilo preestablecido de letra una frase demostrando que se encuentra por debajo del estándar de calidad, o de un estándar de llenado de envase, por ejemplo "Below Standard in Quality, Good Food-Not High Grade".

8) Si se va a utilizar un colorante el mismo tiene que ser el apropiado para su uso y el etiquetado proveer suficiente información para asegurar el uso apropiado. Por ley, FDA no acepta la certificación de un colorante por una agencia oficial de un país extranjero y el alimento se considera adulterado si posee un colorante que se determinó no seguro para un uso en particular. FDA posee un listado de los colorantes aprobados y también determina las condiciones bajo las cuales estos deben ser usados.

9) El FDA requiere que todas las empresas elaboradores de alimentos enlatados de "baja acidez" procesados por calor y de alimentos acidificados registren tanto al establecimiento como métodos de procesamiento previo al embarque de cualquier producto de estas características. Se debe completar el formulario 2541 (ver anexo página 58) para registrar al establecimiento y el 2541<sup>a</sup> (ver anexo página 60) para registrar el proceso de elaboración. El no cumplimiento trae como consecuencia acciones legales contra la firma o el producto en los EEUU y la detención de los embarques por firmas extranjeras.

El propósito de estas regulaciones es la de asegurar la seguridad del posible efecto nocivo de bacterias y toxinas, especialmente de Clostridium botulinum (agente del botulismo). Esto puede ser alcanzado solo por un procesamiento adecuado, con controles y métodos apropiados de procesamiento, tales como el cocido del alimento a la temperatura adecuada por tiempo suficiente, adecuada acidificación del alimento, y el control de la actividad acuosa.

Los alimentos enlatados de baja acidez son los alimentos procesados por calor, exceptuando a las bebidas alcohólicas, que poseen una acidez mayor a pH 4,6 y una actividad acuosa (aw) mayor de 0,85 y que se envasan en contenedores herméticamente cerrados. La actividad acuosa es la medida del agua disponible para el desarrollo microbiano. Los alimentos acidificados son alimentos de baja acidez a los que se les agrega ácido o alimentos ácidos para reducir el pH a 4,6 o menos (incremento de la acidez), y con una actividad

acuosa mayor de 0,85. Los pimientos, el alcaucil, algunos postres, y salsas son ejemplos de alimentos acidificados.

9) Todos los productos envasados que entran a Estados Unidos deben llevar una etiqueta general. La información de la etiqueta debe estar fácilmente dispuesta y cumplir con ciertos requisitos concernientes al tamaño de letra, ubicación, etc. de la información de la etiqueta como se detalla en el título 21 CFR 101 del Code of Federal Regulation. Deben utilizarse todas las frases requeridas en inglés y debe contener la siguiente información:

a- Nombre, dirección, ciudad y provincia del productor, emparador o distribuidor. En el caso que el alimento no sea producido por la persona o compañía cuyo nombre aparece en la etiqueta, dicho nombre debe ser precedido por "Manufactured for", "Distributed by" o una expresión similar.

b- Incluir frase sobre la cantidad neta de alimento en el envase. Las unidades requeridas son del sistema "avoirdupois" y el "US gallon", aunque pueden agregarse unidades del sistema métrico. Deben aparecer en el panel principal en líneas paralelas a la base del envase cuando está dispuesto a la venta.

c- Nombre del producto y también se debe agregar la forma en que el producto se presenta ya sea entero, en cubos, en rodajas, etc. excepto si se presenta una foto que muestre al producto o si el envase permite ver el producto.

d- Listado de ingredientes del alimento: Los ingredientes deben ser listado por su nombre común en orden de predominancia por peso salvo que el alimento esté estandarizado, en ese caso la etiqueta debe incluir solamente los ingredientes que el estándar considera opcional. Los aditivos y colorantes deben ser listados, pero la ley exceptúa de aclarar el uso de colorantes a la manteca, queso y helado. Las especies, saborizantes y colorantes pueden ser nombrados como tal, sin nombrar los materiales específicos, pero los colorantes y saborizantes artificiales deben ser identificados.

10) Las regulaciones de etiquetado de los alimentos requieren de la etiqueta nutricional en casi todos los productos que van a ser utilizado directamente por el consumidor final (excepto carne vacuna y aviar que es manejado por otro organismo). Además, establecen programas voluntarios de información sobre muchos alimentos crudos como hortalizas, frutas y pescado crudos. Otros alimentos están exentos de llevar la etiqueta nutricional, estos incluyen:

Alimentos servidos para el consumo inmediato, como en las cafeterías de los hospitales, aviones, vendedores ambulantes, mostradores de golosinas en centros comerciales y máquinas de vender comida.

Alimentos listos para comer que no son consumidos inmediatamente, pero preparados en el lugar--por ejemplo, bizcochos, fiambres, y dulces.

Alimentos despachados en masa mientras no sean vendidos en esa forma a los consumidores.

Alimentos médicos como los usados para atender las necesidades nutritivas de pacientes con ciertas enfermedades.

Café y té, algunas especias, y otros alimentos que no contienen cantidades significativas de elementos nutritivos.

Carnes de animales de cacería (venado, bisonte, conejo, codorniz, pavo salvaje, y avestruz).

Esta etiqueta debe seguir la reglamentación de formato preestablecida. Debe estar encabezada por el título "Nutrition Facts" y poseer dos columnas, a la izquierda la columna de los nutrientes y el cantidad absoluta de estos en el producto y a la derecha el "% Daily Value", es decir el porcentaje que ocupa este nutriente en la dieta diaria de un adulto basada en una dieta de 2,000 calorías diarias en el orden que se presenta a continuación:

\*total de calorías

\*calorías de grasa

\*calorías de grasa saturada

\*total de grasa

\*grasa saturada

\*grasa poliinsaturada

\*grasa monoinsaturada

\*colesterol

\*sodio

\*potasio

\*total de carbohidratos

\*fibra dietética

\*fibra soluble

\*fibra insoluble

\*azúcares

\*alcohol de azúcar (por ejemplo, el azúcar que substituye xilitol, manitol y sorbitol)

\*otro carbohidrato (la diferencia entre carbohidrato total y la suma de fibra dietética, azúcares, y alcohol de azúcar si es mencionado)

\*proteína

\*vitamina A

\*% de vitamina A presente como beta caroteno

\*vitamina C

\*calcio

\*hierro

\*otras vitaminas y minerales esenciales

A título informativo, el FDA, publicó una guía llamada A Food Labeling Guide donde se puede encontrar información adicional sobre la etiqueta general y nutricional de los alimentos.

## CAPITULO III

### Factores a evaluar

Ahora desarrollamos los principales factores que se requieren para obtener valiosas conclusiones que permitan a la empresa Molino Cañuelas poder desarrollar una estrategia comercial adecuada.

#### 1.1 Diagnóstico de la empresa

Según datos obtenidos de la asociación de graduados de comercio internacional de la provincia de Santa Fe, previo a realizar una exportación, se debe realizar un diagnóstico de la empresa.

Este análisis, debe abordar y analizar diferentes puntos:

##### Decisión a exportar:

- a- ¿La empresa puede exportar?
- b- ¿Cuál es la cultura comercial de la empresa?
- c- ¿La empresa posee la producción para afrontar la ampliación de su mercado? ¿Se esta capacitando para afrontar el aumento de la producción?
- d- ¿Cómo se organizara la empresa para afrontar la exportación?
- e- ¿Se creará un departamento u oficina de exportación y cuáles serán sus funciones?

##### Selección del producto:

- a- ¿Qué producto elegir para exportar?
- b- ¿Cómo se adapta el producto seleccionado al mercado extranjero?  
¿Cómo se promocionan las ventas en el mercado extranjero?
- c- Determinar el canal de distribución a utilizar.

d- ¿Cuáles son los métodos de distribución?

Como ofertar productos:

- a- Disposiciones legales de cómo realizar una oferta de exportación.
- b- Requisitos a integrar en una oferta de exportación.
- c- Fortalezas y debilidades de una oferta de exportación.
- d- ¿Qué son y cómo se utilizan las cláusulas Inconterms?
- e- ¿Qué contrato de compra-venta se utilizara?
- f- Fortalezas y debilidades de someter las diferencias a arbitraje.

Búsqueda de mercados:

- a- ¿Cuál es la definición de mercado?
- b- ¿Qué significa segmentar el mercado?
- c- ¿Qué comprende una investigación de mercado?
- d- ¿Cómo se ordena la información de una investigación de mercado?
- e- ¿Cómo obtener información de los mercados extranjeros?

Localización de clientes:

- a- La utilización del correo electrónico en la búsqueda de clientes.
- b- Fortalezas y debilidades de participar en ferias y exposiciones nacionales y extranjeras, de participar en rondas de negocios, de participar en misiones comerciales, de la visita personal al mercado investigado, de las ventas por Internet, de las exportaciones por intermediarios, de otros medios.
- c- En el caso de la participación de un intermediario ¿Cómo elegirlo?

Envases y embalajes:

- a- ¿Cuáles el concepto de embases y embalajes?
- b- ¿Cómo elegir el embalaje adecuado?
- c- Aspectos técnicos a considerar, importancia del embalaje y su influencia en el mercado de destino.
- d- Consecuencias de un embalaje defectuoso.
- e- Exigencias del mercado, acerca del embalaje.

f- ¿Cuáles es la función del envase? Aspectos a tener en cuenta en la determinación del envase, como protector del producto y las exigencias del mercado de destino.

#### Calidad:

- a- Concepto de calidad y calidad de exportación.
- b- Normas de calidad. Normas ISO, su obligatoriedad.
- c- Metodología para establecer un sistema de calidad.
- d- Concepto de aseguramiento de calidad.
- e- Determinación del cumplimiento de determinadas normas de calidad del mercado de destino.

#### Determinación del precio de exportación:

- a- Determinación del precio de exportación a partir del costo de producción o del precio de venta en el mercado interno del país del exportador.
- b- Fortalezas y debilidades de la formula a aplicar para obtener el precio FOB (free on board) de exportación a partir del costo de producción.
- c- confección de la planilla de cálculo del costo y precio de exportación.
- d- Al momento de cotizar, se debe considerar que el costo de exportación es el piso mientras que el precio de venta en el mercado de destino es el techo.

#### Estímulos a la exportación:

- a- Fiscales a la exportación. Desgravación impositiva.
- b- Bancarios a la exportación. Pre financiación, post financiación.
- c- Cambiarios a la exportación. Tipo de cambio diferenciado.
- d- Aduaneros a la exportación. Dra. Back, reintegro impositivo, reembolso, reembolso a los puertos patagónicos.
- e- La importación temporal y la reposición de los bienes importados a consumo. Decreto 1.330/2004.
- f- Liquidación de los estímulos a la exportación. Tiempo para el cobro del estímulo.

#### Aduana:

- a- Función de la aduana.

- b- Trámites para la inscripción como exportador/ importador.
- c- Destinos aduaneros. Las prohibiciones aduaneras.
- d- Origen y procedencia de las mercaderías. Su importancia.
- e- Los tributos aduaneros. Clasificación arancelaria. El nomenclador.  
Valoración aduanera de las mercaderías.
- f- Los regímenes especiales. Muestras. Envíos postales.
- g- Reimportación de mercaderías exportadas para consumo. Exportación de mercadería defectuosa o con deficiencias.
- h- Zona franca. Ventajas del MERCOSUR y ALADI.

Banco:

- a- Función de los bancos en el comercio internacional.
- b- Fortalezas y debilidades del crédito documentario.
- c- Sujetos que intervienen en el crédito documentario.
- d- Principales cláusulas del crédito documentario.
- e- Problemas que pueden presentarse en el crédito documentario.
- f- Periodo de utilización del crédito documentario y el embarque de la mercadería.
- g- Documentación a presentar para el cobro del crédito documentario.
- h- Otras formas de cobro de las exportaciones. Sus ventajas e inconvenientes.
- i- Créditos para la exportación o producción de bienes para exportar.
- j- Seguros de crédito a la exportación. Convenio de créditos y pagos recíprocos.

Transporte:

- a- Los medios de transporte internacional de mercaderías.
- b- Ventajas e inconvenientes, de la vía acuática, de la vía aérea, de la vía terrestre automotor y de la vía terrestre ferrocarril.
- c- Selección de medio de transporte a utilizar para realizar la exportación.
- d- ¿Cómo se calcula y contrata un flete marítimo o la tarifa aérea?
- e- Condiciones que establecen los puertos para la descarga de la mercadería.
- f- El conocimiento de embarque (Bill of lading). Funciones.

- g- Condiciones que establecen los aeropuertos para la descarga de la mercadería.
- h- En el transporte terrestre automotor, ¿Qué es el MIC-DTA?
- i- ¿Qué es el pallet (paleta), el contenedor? Distintos tipos de contenedores. Su elección.

Seguro:

- a- Seguro de la mercadería exportada.
- b- ¿Cómo se calcula y se contrata un seguro para la mercadería a exportar?
- c- Seguro de cambio.
- d- ¿Cómo se calcula y contrata un seguro de cambio?
- e- El seguro y las reglas Incoterms.

## 1.2 Plan de expansión

Cuando una empresa, toma la decisión de comenzar a exportar, debe estudiar y formular un plan de desarrollo, el cual será una guía a futuro, que detallara las acciones necesarias para alcanzar el objetivo planteado por la empresa.

Este plan puede crearse para solo una operación particular, para un producto o gama de productos, marcas o bien para toda la totalidad de la actividad de la empresa.

Para desarrollar el plan de expansión, hay que tener en cuenta las capacidad productiva de la empresa, las fortalezas y debilidades, la situación del entorno y la competencia internacional (amenazas/ debilidades). Luego de esto se elabora un programa o plan de acción con los instrumentos de marketing-mix (política de precios, producto, distribución y promoción) aplicándolos a los mercados internacionales.

La empresa Molino Cañuelas, se encuentra exportando solo materias primas (harina y aceite). Su objetivo, es comenzar a exportar productos manufacturados que incorporen mayor valor agregado, es el caso del producto bizcochos 9 de oro clásicos. El fin de exportar este producto es el recoger experiencia, para poder ampliar la gama de productos a exportar.

El plan comprende 4 etapas fundamentales:

### Primer etapa: “DONDE ESTAMOS”

- 1) Se deben conocer, como ya se ha dicho, las fortalezas y debilidades de la empresa en todos los ámbitos: producción, tecnología, experiencia y conocimiento de marketing, nivel de recursos financieros y capacidad de financiación, capacidad logística, organización interna y externa, recursos humanos, etc.
- 2) Análisis del entorno, es decir, de la situación competitiva de la empresa.
- 3) Se debe realizar un análisis sectorial, el objetivo es conocer la situación a nivel internacional en la que se encuentra el sector de actividad de la empresa.
- 4) Valoración de los recursos disponibles para la puesta en marcha del plan de marketing, así como las ayudas disponibles.
- 5) Valoración de los objetivos generales de la empresa, pues el plan no puede contradecir las líneas del plan estratégico global de la empresa. Lo que buscamos mediante este trabajo es lograr que se produzca un cambio en la estrategia de expansión que la empresa venía adoptando con respecto a los productos que exportaba (aceite y harina).
- 6) El entorno propio habrá de confrontarse con la situación del entorno internacional en el que la empresa pretende expandir sus actividades e implementar una estrategia. El análisis del entorno internacional comprende el estudio de las variables económicas y culturales, políticas y legales de cada mercado.
- 7) La investigación de mercados exteriores incluye también el análisis de la competencia internacional: empresas competidoras, productos, países en los que operan, estrategias.

### Segunda etapa: “DONDE QUEREMOS LLEGAR”

- 1) Elección del mercado en el exterior en el que se desarrollaran las actividades internacionales.
- 2) Decisión sobre las líneas de productos que se van a comercializar en cada mercado.
- 3) Selección de la forma de entrada en cada mercado, valorando las ventajas e inconvenientes de cada una.

4) Poseer conocimiento de las reglas del FDA (food and drug administration)

5) Diseño de estrategias:

\*Global o multidoméstica.

\*Basadas en costes o en diferenciación de producto o en una combinación de ambas (según el mercado).

Creemos que la mejor opción en nuestro caso es utilizar una estrategia basada una combinación en coste y diferenciación, ya que al ser una marca desconocida en el mercado estadounidense, es conveniente llevar el producto a un precio competitivo, con una utilidad baja, hasta que se logre obtener un porcentaje del mercado.

\*Determinar los objetivos que se pretenden alcanzar en el mercado seleccionado. Fijación de la cuota de mercado que se pretende conseguir, el tiempo que se va a necesitar, el nivel de rentabilidad de los recursos empleados, plazos de entrega conseguir.

Tercera etapa: “COMO VAMOS A LLEGAR”

1) Definición del marketing mix internacional:

\*Producto:

El producto de la mezcla de marketing está en el centro de los retos y las oportunidades que enfrentan las empresas globales hoy en día: las empresas deben desarrollar políticas y estrategias de producto que respondan a las necesidades de mercado, la competencia, así como a las ambiciones y los recursos de la empresa en el mercado global. El marketing global eficaz implica con frecuencia encontrar el equilibrio entre los beneficios obtenidos por adaptar y aquellos que surgen por adaptar (Keegan y Green, 2009).

Según este concepto, la empresa Molino Cañuelas debería optar por adaptar su producto a las necesidades del mercado estadounidense. Al ser un producto de consumo masivo y de bajo precio, creemos que el producto ofrecido debe ser el mismo del mercado local, sin hacerle ninguna modificación, salvo a las necesarias, según las normas y reglamentaciones que pesan sobre el producto o el empaque que hemos desarrollado a lo largo del informe.

Respecto al empaque, es importante que el producto se envíe bien empacado y que contenga la marcación adecuada a las Normas ISO y en este caso cumpla con las reglas del FDA (food and drug administration)

\*Precio:

Existe un mercado global para ciertos productos, como los circuitos integrados, el petróleo crudo y los aviones comerciales, siempre que todo lo demás permanezca constante, estos productos tendrán el mismo precio en todo el mundo. En contraste, las cervezas, los discos compactos y muchos otros productos que están disponibles a nivel mundial, se ofrecen de hecho en mercados nacionales más que globales (Bryan, 1999).

Molino Cañuelas desea captar los clientes en primer lugar con precios bajos para lograr obtener un porcentaje del mercado pero sin perder la calidad del producto. (El precio de exportación se vera en 1.2)

La política de precios es resultado de la decisión empresaria que está vinculada con la posición competitiva que la empresa tiene; la estrategia de precios se vincula con la decisión que interviene en relación con el resto de las variables de la mezcla comercial; es la actividad que se dispone con un instrumento del logro de los objetivos de marketing.

La fijación de precios se realiza con diferentes objetivos, el principal es el de la continuidad de la empresa, la necesidad de disponer una relación entre los ingresos y los egresos de la empresa. También tiene como objetivo la rentabilidad, pero para esto debe existir una relación de equilibrio entre el precio del producto, la continuidad de compra y la rentabilidad.

En general, el precio es una variable controlable por la empresa cuando existe un criterio de mercado libre.

El precio de nuestro producto al distribuidor en EEUU, será de US\$ 1.1894.

\*Distribución:

En las actividades internacionales, las formas de acceder al mercado se vinculan con la selección del canal por el cual el producto se conducirá al consumidor.

Se entiende como canal de distribución el conjunto de formas e individuos que tienen derechos o ayudan en la transferencia de derechos del bien a medida que pasa del productor al consumidor. La distribución contempla

en sí todas las operaciones relativas a poner a disposición del consumidor el producto.

Funciones básica de la distribución:

Ejecuta la distribución física y el transporte,

Realiza la adecuación y fraccionamiento del producto,

Realiza el almacenamiento del producto,

Participa en la investigación: información para el intercambio

En cuanto a la estrategia de marketing, creemos que lo mejor para Molino cañuelas para acceder al mercado internacional, sería el establecimiento de contactos en primer lugar mediante la difusión de la página web y la participación en ferias.

La posibilidad de colocar un stand de la empresa en distintas ferias internacionales es muy importante, al verse posibilitado el contacto personal con potenciales clientes, la realización de diferentes reuniones, posibilidad de realizar ofertas y ofrecer diferentes productos.

#### \*Comunicación:

Las diferentes herramientas de comunicación que las empresas tienen a disposición tienen como objetivo reforzar el mensaje sobre el producto, marca o empresa. Hay dos grandes opciones para llevar a cabo este punto de la estrategia de marketing:

Publicidad: es cualquier mensaje patrocinado y pagado que se comunica en forma no personal. Puede ser adaptado a cada país o mercado, o estandarizado globalmente.

Promociones: se crean para crear conciencia de un nuevo producto en los consumidores, animar a los no usuarios a probar el producto existente o incrementar la demanda de consumo general.

Esta estrategia es propia de las empresas con liderazgo o enfoque en costos, que intentan suprimir todo tipo de costo que repercuta en el precio de venta del producto. Igualmente esta sería una estrategia inicial para penetrar un nuevo mercado aplicando una estrategia diferente a la del líder del mercado y con muchos menos recursos.

Cuarta etapa: "IMPLANTACION"

- 1) Definir tareas y responsables a llevarlas a cabo, establecer plazas de implantación en el mercado seleccionado.
- 2) Control sobre la aplicación del plan y el análisis de las posibles desviaciones.

De estas tareas se encarga el departamento de comercio exterior que posee la empresa.

Philip Kotler encuadra todo el proceso en cinco grandes decisiones en la internacionalización de una empresa que deberán tomarse de manera sucesiva:

- 1) Decidir si actuar en el extranjero.
- 2) Decidir en qué mercados penetrar.
- 3) Decidir cómo entrar en el mercado.
- 4) Decidir el programa de marketing.
- 5) Decidir la organización del marketing.

### 1.3 Precio de nuestro producto para la exportación

Teniendo en cuenta los precios de los productos similares a los Bizcochos 9 de Oro, ofrecidos en el mercado anfitrión, es necesario saber si nuestro producto va a tener un precio competitivo, es decir en un rango de 3.20 a 4.50 dólares por unidad.

Para saber este dato, realizamos un cálculo para determinar el costo estimado del producto en ese mercado.

Para ello, partimos de 2 bases para lograrlo:

- 1- Sumar los costos de producción más los de comercialización más los financieros más los administrativos más los de exportación y la utilidad pretendida.
- 2- Partir de la base de precio de venta del producto en el mercado interno menos los gastos de comercialización del mismo aquí en nuestro país más los costos de exportación como las comisiones bancarias, el derecho de exportación, los honorarios del despachante de aduanas.

Se optó por la primera alternativa.

El precio a cotizar, generalmente se hace en moneda extranjera (principalmente en dólar estadounidense), lo cual conlleva al problema de convertir el precio en pesos a precio en dólar estadounidense. Por este motivo consideramos las siguientes circunstancias:

El tipo de cambio a considerar es el tipo comprador, el cual es un problema, debido al momento cambiario que está atravesando nuestro país.

Deberíamos prever un seguro de cambio o una previsión por la diferencia de cambio que se pueda llegar a producir entre el tipo tomado para la conversión y el real a comprar en el momento de la negociación de las divisas.

Por esta razón es necesario lograr una fórmula que nos permita determinar el precio FOB a cotizar incluyendo los gastos fijados en pesos como los gastos fijados en porcentajes y el tratamiento a dar a los estímulos aduaneros a la exportación.

En el caso del producto, no cuenta con un estímulo a la exportación, si cuenta con un derecho de exportación.

La utilidad pretendida es de un 42%.

La mercadería no posee estímulo de exportación.

#### Comprobación del costo:

##### Costo de producción y comercialización.

3000UNIDADES	11400	0,38 X unidad
PACKAGING	300	1500 cajas x 0,20
POLIESTIRENO EXPANDIDO	300	7 rollos

##### Gastos de exportación y utilidades.

DERECHO	0,05
BANCO	0,0037
DESPACHANTE	0,01
GANANCIA	0,42

12000

---

$$1-(0.05+0.0037+0.01+0.42 / 0.70)$$

Precio FOB = USD 35682.42

Precio por unidad = USD 1.1894

De esta formula debemos considerar que:

1. La incidencia del derecho de exportación no es la real, porque el monto se liquida sobre una base distinta del precio, al cual incide.
2. El tipo de cambio, que puede variar, ya que para el cálculo se utiliza en un momento y la negociación de divisas en otro momento.

#### 1.4 Formas de cobro de la exportación

La elección del sistema de pago depende fundamentalmente del binomio confianza/costo.

Al comprador y al vendedor les preocupa la seriedad y solvencia de la parte contraria (confianza) y las cargas y los gastos que se verán obligados a asumir (costo).

El instrumento que finalmente se acuerde, vendrá determinado por la capacidad de cada uno para asumir cierto nivel de riesgo y gastos.

Los medios de pago (y cobro) internacional son instrumentos cifrados en moneda nacional libremente transferible o extranjera (divisa) que sirven para la cancelación de deudas entre el importador y el exportador.

Por tanto

estaremos hablando de un medio de pago internacional cuando éste sea aceptado como válido por el vendedor para satisfacer el importe de la venta, y está cifrado en una moneda libremente convertible.

La remesa es un instrumento de cobro en virtud del cual el exportador de la mercadería remite al comprador de la misma uno o varios efectos (y/o documentos) para que los pague o acepte.

Las formas de cobro utilizadas en el comercio exterior son:

##### 1) Cobranza o remesa documentaria:

Consiste en el envío por parte del vendedor de ciertos documentos comerciales representativos de la mercadería, acompañados o no de uno o varios efectos financieros, debiéndose entregar contra pago, aceptación del efecto. Según la larga definición de las “reglas uniformes para el cobro del papel comercial” la remesa es:

El manejo por lo bancos, según las instrucciones que reciban, de los documentos que se definen en el punto siguiente, con el fin de:

1. Obtener la aceptación y/o, según el caso, el pago.
2. Entregar documentos comerciales contra aceptación y/o pago, según el caso.
3. Entregar documentos en otras condiciones.

La remesa documentaria significa el cobro de:

Documentos financieros acompañados de documentos comerciales.

Documentos comerciales, no acompañados de documentos financieros.

La elección de esta forma de cobro, se justifica debido a que este medio representa uno de los más utilizados en las tratativas comerciales internacionales. Dicho medio se considera uno de los más seguros cuando la confianza con la otra parte no es plena, además, es el más adecuado cuando:

No hay dudas sobre la solvencia y seriedad de pago del comprador.

La situación política, económica y de índole legal del país destinatario de la venta se pueden considerar normales.

En el país del comprador no existen restricciones a la importación, o bien ya han sido obtenidas las oportunas autorizaciones administrativas.

Mediante este medio de cobro/pago, el comprador no paga mientras no recibe los documentos que le dan la titularidad de la mercadería. El vendedor se arriesga a embarcar, sin embargo, no entrega los documentos hasta que el comprador pague.

\*Esquema de funcionamiento:

1. El exportador embarca la mercadería con destino al puerto acordado en el contrato.
2. El exportador entrega la documentación justificativa del embarque y demás documentos exigidos por el banco remitente, al tiempo que le da instrucciones sobre cómo debe gestionar el cobro.
3. El banco remitente envía la documentación al banco cobrador y le pasa instrucciones de cobro, tanto de su cliente como propias.
4. El banco cobrador avisa al comprador, le presenta los documentos para que pueda estudiarlos y le informa de cuáles son las condiciones de pago.
5. El importador, si la documentación es de su conformidad, paga al banco el importe de la misma.

6. El banco cobrador recibe el importe y entrega los documentos.
7. El librado, con la documentación obtenida, se dirige al puerto para proceder a la retirada de la mercadería.
8. El banco cobrador abona al banco remitente (directamente o por medio de un tercer banco) la cantidad cobrada.
9. Finalmente, el banco remitente entrega al vendedor el importe recibido, quedando terminada la operación. (ver anexo página 63)

## 2) Carta de crédito:

En las primeras operaciones de exportación que realizan las empresas, por lo general se busca la seguridad de cobro de la operación. Es por ello que se recurre generalmente al instrumento de pago denominado Carta de Crédito.

Este instrumento asegura al exportador la percepción del importe facturado ya que esta operación cuenta con la intervención y el respaldo de dos bancos, uno se encuentra en el país del exportador y otro en el país del importador.

Debido a que este instrumento de pago es más oneroso que la cobranza o la transferencia, los importadores prefieren estos últimos antes de efectuar la apertura de Carta de Crédito.

Además de la seguridad en el cobro, el exportador tiene como obligación emitir los documentos de embarque de acuerdo a lo indicado en la carta de crédito, de lo contrario esto generaría las llamadas "discrepancias" las cuales implican mayor costo de la operación.

Es la forma de cobro mas segura, porque, aunque el importador no pueda abonar el monto correspondiente, el banco del país del importador esta comprometido a pagar al banco del exportador al vencimiento de la operación.

La carta de crédito mas utilizada es la denominada irrevocable, intransferible y confirmada y es abierta por el importador a favor del exportador de acuerdo a las condiciones pactadas entre ellos.

Una vez que el exportador reciba una carta de Crédito a su favor solo le resta preparar el embarque, confeccionar los documentos y presentarlos al banco, esto se denomina "negociar los documentos".

El momento de cobro de la carta de crédito para el exportador, dependerá de si se pactó un pago "a la vista" (contado contra entrega de

documentos), o a un plazo determinado (por lo general se pacta a 90 o 120 días fecha de embarque).

### 3) Orden de pago o transferencia:

Esta forma de pago es la más informal de las existentes entre el importador y el exportador.

Se usa cuando hay mucha confianza entre ambos y en ocasiones se hace sin intervención bancaria, dependiendo de la operatoria de cada país.

Es barata y ágil. El importador efectúa el pago mediante giro o transferencia a favor del exportador, y este al recibir el importe embarca la mercadería y le envía los documentos de embarque, para el caso de operaciones con pago anticipado.

La operatoria puede hacerse con pago diferido, siendo que en este caso, el exportador embarca la mercadería y el importador efectúa el pago en el vencimiento pactado. Este procedimiento no tiene ningún aval bancario.

Para hacer la elección de la forma de cobro de la exportación, hay que tener en cuenta que a partir del 11 de febrero del 2002, en Argentina, los cobros de exportaciones de bienes y servicios, netos de la aplicación de anticipos y préstamos de prefinanciación de exportaciones de bienes, deben ser liquidados en el mercado único y libre de cambios en los plazos establecidos según el tipo de producto.

Según el decreto numero 690/2002, dichos cobros son acreditados en una cuenta corriente o en caja de ahorro en pesos en una entidad financiera.

Según la comunicación A 3944 del Banco Central de la Republica Argentina (BCRA), publicada en el boletín oficial el día 21/ 05/ 2003 establece que:

Los exportadores dispondrán de 90 días hábiles para la efectiva liquidación de las divisas por exportaciones de bienes y servicios. Esta medida será aplicable incluso para operaciones anteriores siempre y cuando no se encuentren vencidas.

Los exportadores no estarán obligados a ceder las divisas al Banco Central de la República Argentina (BCRA) para operaciones superiores a US\$ 1.000.000.

Se permite pagar en forma anticipada deudas con el exterior en concepto de importaciones de bienes independientemente del vencimiento pactado.

Se elimina la necesidad de conformidad previa para ciertos pagos de deudas de gobiernos locales y para la cancelación de deudas financieras del sector privado financiero y no financiero.

Para dar curso a cualquier pago de servicios de capital o intereses, las entidades bancarias controlarán la declaración de deuda de la comunicación A 3602.

## Conclusión

A lo largo del trabajo, vimos que el FDA ( food and drug administration) posee una serie de intrincadas condiciones y restricciones para el acceso de la mercadería que Molino Cañuelas desea exportar, pero creemos que la empresa puede realizar con éxito la exportación, debido a que cuenta con ventajas que facilitarían la exportación del producto, ya que, si bien nunca incurrió en la exportación de productos manufacturados, tiene experiencia en la internacionalización de materias primas como harina y aceite, además la empresa cuenta con un departamento de comercio exterior especializado en el tema, posee la capacidad productiva necesaria para hacer frente al envío de las mercaderías solicitadas, y tiene capacidad para adecuarse a las condiciones del FDA, en relaciona al embalaje, packaging, valores nutricionales permitidos.

La empresa al realizar la exportación obtendría beneficios tales como: Incentivo para la innovación: La internacionalización y el aprovechamiento de economías de escala hacen más rentable la inversión en tecnología, innovación y otra serie de factores que diferencian los productos, ya que se podrán recuperar más fácilmente los costes al destinar la inversión a mercados más amplios.

Acceso a más mercados y de mayor potencial: La posibilidad de acceder a un mayor volumen de demanda permite un mejor aprovechamiento de las economías de escala con la consiguiente reducción de costes unitarios. A su vez, la diversificación de mercados posibilita reducir el riesgo de demanda si los ciclos económicos o la intensidad de los mismos en los países de destino no están acompasados. Por otro lado, la entrada en escena de grandes economías emergentes pone a disposición de las empresas vastos mercados con fuertes necesidades por cubrir. Se trata de países en los que existe una ventana de oportunidad para posicionarse con rapidez antes de que otras empresas copen los sectores de mayor interés.

Optimización de la estructura

de costes: Además de la reducción de costes unitarios, por el aprovechamiento de economías de escala, la internacionalización permite acceder a inputs con menores costes: mano de obra, tanto para tareas tradicionales como de mayor calificación, bienes y servicios intermedios con el impulso a la subcontratación de procesos (outsourcing) financiación. Los menores costes logísticos y de comunicación refuerzan estas tendencias.

Pero también la empresa debe tener en cuenta varios factores al exportar, sobre todo un producto con un grado mayor de producción, como por ejemplo, debe tener conocimiento del principio de las “5c”, fundamentales para mantener un plan de expansión a lo largo del tiempo:

Costo: Para obtener el “precio rentable más bajo” posible para competir con las ofertas internacionales.

Calidad: Debe ser “uniforme en todos los envíos”, es decir, “calidad constante”.

\*Entregar el material igual que la muestra aprobada.

\*Cumplir con el embalaje y la presentación ofrecida.

Cantidad: Debe “satisfacer todas las cantidades demandadas” y no sólo parte de los pedidos.

Continuidad: Es necesario “prever la regularidad de provisoriamente” al comprador-importador, evitando los “vacíos de suministros” que puedan surgir por deficiencias en el abastecimiento de los insumos, huelgas, inconvenientes en el proceso productivo.

Conducta: La que involucra tres actitudes:

- 1) Responsabilidad empresaria,
- 2) Honestidad comercia
- 3) Vocación de servicio. Jamás deben crearse problemas, si aparecen, hay que resolverlos no transferirlos.

## Aportes

A continuación desarrollamos la forma de exportación más conveniente para la empresa Molino Cañuelas.

Estimamos que lo más conveniente para la empresa es la conveniencia de trabajar con un distribuidor/importador en Estados Unidos, evitando las complicaciones de la colocación del producto en el nuevo mercado, el cálculo de los costos que se deberán incurrir y de los Requisitos legales del mercado anfitrión.

Por este motivo, analizamos y calculamos, que es aceptable un precio FOB (free on board) para que el distribuidor/importador, analice la forma más adecuada de trasladar la mercadería desde Argentina a Estados Unidos, transporte que se verá reflejado en el contrato de compra-venta internacional.

Debido al precio FOB obtenido, el distribuidor/importador, tendrá un interesante margen de ganancia, ya que la mercancía ofrecida tiene un buen precio competitivo en el mercado importador, comparado con productos similares.

La forma de cobro más conveniente es la cobranza (remesa) documentaria, ya que es la más segura para las dos partes.

## ANEXO I

19.05.10.00	PAN CRUIENTE LLAMADO KNÄCKEBROT
19.05.20	PAN DE ESPECIAS
19.05.20.10	CON UN CONTENIDO DE SACAROSA, INCLUIDO EL AZÚCAR INVERTIDO CALCULADO EN SACAROSA, INFERIOR AL 30 % EN PESO
19.05.20.30	CON UN CONTENIDO DE SACAROSA, INCLUIDO EL AZÚCAR INVERTIDO CALCULADO EN SACAROSA, SUPERIOR IGUAL AL 30 % PERO INFERIOR AL 50 % EN PESO
19.05.20.90	CON UN CONTENIDO DE SACAROSA, INCLUIDO EL AZÚCAR INVERTIDO CALCULADO EN SACAROSA, SUPERIOR IGUAL AL 50 % EN PESO
19.05.31	"- GALLETAS DULCES (CON ADICIÓN DE EDULCORANTE); BARQUILLOS Y OBLEAS, INCLUSO RELLENOS (GAUFRETTES, WAFERS) Y WAFFLES (GAUFRES)", GALLETAS DULCES (CON ADICIÓN DE EDULCORANTE)
19.05.31.11	TOTAL O PARCIALMENTE RECUBIERTOS O REVESTIDOS DE CHOCOLATE O DE OTRAS PREPARACIONES QUE CONTENGAN CACAO, EN ENVASES INMEDIATOS CON UN CONTENIDO INFERIOR IGUAL A 85 G
19.05.31.19	TOTAL O PARCIALMENTE RECUBIERTOS O REVESTIDOS DE CHOCOLATE O DE OTRAS PREPARACIONES QUE CONTENGAN CACAO, LOS DEMÁS
19.05.31.30	LOS DEMÁS, CON UN CONTENIDO DE MATERIAS GRASAS DE LA LECHE SUPERIOR IGUAL AL 8 % EN PESO
19.05.31.91	LAS DEMÁS, GALLETAS DOBLES RELLENAS
19.05.31.99	LAS DEMÁS, LAS DEMÁS
19.05.32	BARQUILLOS Y OBLEAS, INCLUSO RELLENOS (GAUFRETTES, WAFERS) Y WAFFLES (GAUFRES)
19.05.32.05	CON UN CONTENIDO DE AGUA SUPERIOR AL 10 % EN PESO
19.05.32.11	LOS DEMÁS, TOTAL O PARCIALMENTE RECUBIERTOS O REVESTIDOS DE CHOCOLATE O DE OTRAS PREPARACIONES QUE CONTENGAN CACAO, EN ENVASES INMEDIATOS CON UN CONTENIDO INFERIOR IGUAL A 85 G
19.05.32.19	LOS DEMÁS, TOTAL O PARCIALMENTE RECUBIERTOS O REVESTIDOS DE CHOCOLATE O DE OTRAS PREPARACIONES QUE CONTENGAN CACAO, LOS DEMÁS
19.05.32.91	LOS DEMÁS, SALADOS, RELLENOS SIN RELLENAR
19.05.32.99	LOS DEMÁS, LOS DEMÁS
19.05.40	PAN TOSTADO Y PRODUCTOS SIMILARES TOSTADOS
19.05.40.10	PAN A LA BRASA
19.05.40.90	LOS DEMÁS
19.05.90.10	PAN ÁZIMO (MAZOTH)
19.05.90.20	HOSTIAS, SELLOS VACÍOS DE LOS TIPOS UTILIZADOS PARA MEDICAMENTOS, OBLEAS PARA SELLAR, PASTAS SECAS DE HARINA, ALMIDÓN O FÉCULA, EN HOJAS Y PRODUCTOS SIMILARES
19.05.90.30	LOS DEMÁS, PAN SIN MIEL, HUEVOS, QUESO O FRUTOS, CON UNOS CONTENIDOS DE AZÚCARES Y DE MATERIAS GRASAS INFERIORES O IGUALES AL 5 % EN PESO CALCULADOS SOBRE MATERIA SECA
19.05.90.45	GALLETAS
19.05.90.55	PRODUCTOS EXTRUDIDOS O EXPANDIDOS, SALADOS O AROMATIZADOS
19.05.90.60	LOS DEMÁS, CON EDULCORANTES AÑADIDOS
19.05.90.90	LOS DEMÁS

## ANEXO II

<b>AFIP DGA</b>		<b>SOLICITUD DE INSCRIPCION PARA IMPORTADOR / EXPORTADOR - DECLARACION JURADA -</b>			CUIT N°	
REGISTRO/ARCHIVO N°		ADUANA DE: .....			NUEVA INSC. <input type="checkbox"/>	HABITUAL <input type="checkbox"/>
					ACTUALIZACION <input type="checkbox"/> (1)	NO HABITUAL <input type="checkbox"/> (1)
APELLIDOS Y NOMBRE O DENOMINACION SOCIAL						
DOMICILIO FISCAL	Calle	Nro.	Piso	Ciudad	Localidad	Cod Postal
<b>ADMINISTRADORES – DIRECTORES – PRESIDENTES – SOCIOS ILIMITADAMENTE RESPONSABLES – GERENTES</b>						
APELLIDOS Y NOMBRES		TIPO Y NRO DOC.	CUIT	CARGO	VTO MANDATO	
.....		.....	.....	.....	.....	
.....		.....	.....	.....	.....	
.....		.....	.....	.....	.....	
<b>PÉRSOAS AUTORIZADAS A SUSCRIBIR LA DOCUMENTACION DE IMPORTACION/EXPORTACION</b>						
Nro	APELLIDOS Y NOMBRES	TIPO Y NRO DOC.	CUIT	PODER HASTA		
1	.....	.....	.....	.....		
2	.....	.....	.....	.....		
3	.....	.....	.....	.....		
4	.....	.....	.....	.....		
5	.....	.....	.....	.....		
6	.....	.....	.....	.....		
<b>DESPACHANTES INTERVINIENTES (Únicamente Importadores / Exportadores Oficiales)</b>						
APELLIDOS Y NOMBRES			CUIT	REGISTRO NRO.		
.....			.....	.....		
.....			.....	.....		
<p>En mi carácter de ..... de la firma cuyos datos se consignan en la presente, declaro bajo juramento que la información detallada anteriormente se ajusta a la realidad y que la misma y el suscripto/s y sus directores, administradores o socios ilimitadamente responsables, no se encuentra/n comprendida/os en ninguno de los supuestos enumerados en el Artículo 94, apartado 1, inciso d) o apartado 2, inciso d) del Código Aduanero.</p> <p>Quedo notificado, a todos los efectos, que la falsedad en toda o parte de la información suministrada, significará la eliminación del Registro de Importadores/Exportadores de la firma que represento, sin perjuicio de otras sanciones que pudieren corresponder.</p> <p>En mi carácter de representante legal estatutario/titular de la razón social/denominación cuyos datos se consignan, declaro bajo juramento que la/s firma/s de la/s persona/s autorizada/s para suscribir la documentación de comercio exterior forma/n parte de esta y es/son puesta/s en mi presencia por la/s persona/s cuyo/s nombre/s y documento/s de identidad se menciona/n precedentemente, quedando asumidas por parte de la razón social/denominación las responsabilidades de tipo penal por los actos que sean efectuados por el/ellos dentro de las facultades atribuidas y/o delegadas por actos jurídicos generales y/o particulares y en concordancia con los fines para los cuales fueron otorgados los respectivos poderes.</p> <p>Asimismo, me comprometo a comunicar de inmediato a ese Organismo cualquier modificación que se produzca en alguno o en todos los datos aquí consignados, mediante una nueva presentación.</p>						
Lugar y Fecha: .....				..... Firma y Aclaración del Solicitante		
<p>Certifico que la firma que antecede fue puesta en mi presencia por ..... tipo y número de documento .....</p>						
Lugar y Fecha: .....				..... Firma Certificada por Escribano Público Nacional / Agente Aduanero Interviniente		
(1) Marcar con una X						

OM - 1228/F

División Registro / Aduana de:	<b>CONTROL DOCUMENTAL</b>																				
<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse; margin-right: 20px;"> <tr><td style="font-size: 8px;">DIA</td><td style="font-size: 8px;">MES</td><td style="font-size: 8px;">AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table> OPERACION CONFORMADA <input type="checkbox"/>	DIA	MES	AÑO				..... <small>Firma y Sello Agente Interviniente</small>														
DIA	MES	AÑO																			
División Registro / Aduana de:	<b>NO HABITUAL</b>																				
<table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">Fecha Autorización</td> <td style="width: 15%; border: 1px solid black;"> <table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table> </td> <td style="width: 15%;">AUTORIZADA <input type="checkbox"/></td> <td style="width: 30%;"></td> </tr> <tr> <td>Plazo de Validez 60 días</td> <td style="border: 1px solid black;"> <table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table> </td> <td>OPERACION DENEGADA <input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </table>	Fecha Autorización	<table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				AUTORIZADA <input type="checkbox"/>		Plazo de Validez 60 días	<table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				OPERACION DENEGADA <input type="checkbox"/>		..... <small>Firma y Sello Jefe Div. Registro / Administrador</small>
Fecha Autorización	<table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				AUTORIZADA <input type="checkbox"/>													
DIA	MES	AÑO																			
Plazo de Validez 60 días	<table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				OPERACION DENEGADA <input type="checkbox"/>													
DIA	MES	AÑO																			
División Registro / Aduana de:	<b>HABITUAL</b>																				
<table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;"></td> <td style="width: 15%; border: 1px solid black;"> <table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table> </td> <td style="width: 15%;">AUTORIZADA <input type="checkbox"/></td> <td style="width: 30%;"></td> </tr> <tr> <td></td> <td style="border: 1px solid black;"> <table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table> </td> <td>OPERACION DENEGADA <input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </table>		<table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				AUTORIZADA <input type="checkbox"/>			<table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				OPERACION DENEGADA <input type="checkbox"/>		..... <small>Firma y Sello Jefe Div. Registro / Administrador</small>
	<table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				AUTORIZADA <input type="checkbox"/>													
DIA	MES	AÑO																			
	<table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				OPERACION DENEGADA <input type="checkbox"/>													
DIA	MES	AÑO																			
División Registro/Aduana de:																					
INGRESADO A LA BASE DE IMPORTADORES / EXPORTADORES																					
<table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%; border: 1px solid black;"> <table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table> </td> <td style="width: 30%; text-align: center; padding: 5px;">         .....  <small>Firma y Sello Operador</small> </td> <td style="width: 30%; text-align: center; padding: 5px;">         .....  <small>Firma y Sello Jefe Div. Registro</small> </td> </tr> </table>		<table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				..... <small>Firma y Sello Operador</small>	..... <small>Firma y Sello Jefe Div. Registro</small>											
<table border="1" style="font-size: 8px; border-collapse: collapse;"> <tr><td>DIA</td><td>MES</td><td>AÑO</td></tr> <tr><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td><td style="width: 30px; height: 20px;"></td></tr> </table>	DIA	MES	AÑO				..... <small>Firma y Sello Operador</small>	..... <small>Firma y Sello Jefe Div. Registro</small>													
DIA	MES	AÑO																			
<b>REGISTRO DE FIRMAS AUTORIZADAS:</b>																					
<div style="position: absolute; top: 5px; right: 5px; font-size: 8px; border: 1px solid black; padding: 2px;">1</div>	<div style="position: absolute; top: 5px; right: 5px; font-size: 8px; border: 1px solid black; padding: 2px;">2</div>	<div style="position: absolute; top: 5px; right: 5px; font-size: 8px; border: 1px solid black; padding: 2px;">3</div>																			
<div style="position: absolute; top: 5px; right: 5px; font-size: 8px; border: 1px solid black; padding: 2px;">4</div>	<div style="position: absolute; top: 5px; right: 5px; font-size: 8px; border: 1px solid black; padding: 2px;">5</div>	<div style="position: absolute; top: 5px; right: 5px; font-size: 8px; border: 1px solid black; padding: 2px;">6</div>																			
<b>OBSERVACIONES:</b>																					
<b>RETIRO DEL OM 1228/F</b> Lugar y Fecha: ..... En el día de la fecha retiro ejemplar del presente OM 1228/F.																					
..... <small>Tipo y Número de Documento</small>		..... <small>Firma y Aclaración</small>																			

ANEXO III

MODELO DE ACTA

Acta N° \_\_\_\_\_ Fecha \_\_ / \_\_ / \_\_

ACTA DE DISTRIBUCION DE CARGOS Y PERSONAS

AUTORIZADAS PARA SUSCRIBIR LA DOCUMENTACION DE COMERCIO EXTERIOR

RAZON SOCIAL / DENOMINACION:

N° DE CUIT:

DOMICILIO REAL:

DOMICILIO ESPECIAL:

NOMINA DE INTEGRANTES:

APELLIDO Y NOMBRES TIPO y N° DOC CUIT CARGO MANDATO HASTA

PERSONAS AUTORIZADAS PARA SUSCRIBIR LA DOCUMENTACION DE COMERCIO EXTERIOR:

APELLIDO Y NOMBRES TIPO y N° DOC CUIT / CUIL PODER HASTA FIRMA ORIGINAL A CERTIFICAR

"EN MI CARACTER DE REPRESENTANTE LEGAL ESTATUTARIO/TITULAR DE LA RAZON SOCIAL/DENOMINACION CUYOS DATOS SE CONSIGNAN EN LA PRESENTE ACTA, DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LA/S FIRMA/S DE LA/S PERSONA/S AUTORIZADA/S PARA SUSCRIBIR LA DOCUMENTACION DE COMERCIO EXTERIOR FORMA/N PARTE DE ESTA Y ES/SON PUESTA/S EN MI PRESENCIA POR LA/S PERSONA/S CUYO/S NOMBRE/S Y DOCUMENTO/S DE IDENTIDAD SE MENCIONA/N PRECEDENTEMENTE, QUEDANDO ASUMIDAS POR PARTE DE LA RAZON SOCIAL/DENOMINACION LAS RESPONSABILIDADES DE TIPO PENAL POR LOS ACTOS QUE SEAN EFECTUADOS POR EL/ELLOS DENTRO DE LAS FACULTADES ATRIBUIDAS Y/O DELEGADAS POR ACTOS JURIDICOS GENERALES Y/O PARTICULARES Y EN CONCORDANCIA CON LOS FINES PARA LOS CUALES FUERON OTORGADOS LOS RESPECTIVOS PODERES".

FIRMA y ACLARACION

CERTIFICACION DE ESCRIBANO PUBLICO DEL CONTENIDO Y LA FIRMA PRECEDENTE Y CONSTANCIA QUE ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL "DEL ACTA Nro. \_ \_ \_ \_ \_ DEL LIBRO DE ACTAS DE \_ \_ \_ \_ \_"; 0 "DEL ACTA Nro. \_ \_ \_ \_ \_ DEL LIBRO DE REQUERIMIENTOS DEL ESCRIBANO REGISTRO Nro....."

## ANEXO IV

### INSTRUCTIVO PARA SOLICITAR LA AUTORIZACIÓN PARA EXPORTAR PRODUCTOS

Para gestionar la autorización para exportar alimentos el solicitante deberá presentar:

- Formulario de exportación completo -por duplicado- sin firmar
- Nota dirigida al Director del INAL donde se solicita la autorización para la exportación, aclarando tipo de producto y país de destino; con firma y aclaración del responsable de la empresa
- Comprobante de pago de arancel en Tesorería por embarque (muestras hasta 200kg no abonan arancel)
- Fotocopia de factura o identificación de la mercadería en el formulario de exportación. Lista de empaque o pro forma
- Si se trata de una exportación efectuada por terceros: debe adjuntarse comunicación fehaciente al elaborador (carta documento/ telegrama colacionado/ carta confronte) según Disposición ANMAT 3361/02.
- Fotocopia RNE/ RPE
- Fotocopia de RNPA/ RPPA/ RNPUD para cada producto

Por cuestiones de índole administrativa, se agradece la presentación de la documentación detallada foliada (numerada consecutivamente a partir de la primera página en más) y sujeta mediante arandela de cartón y broche tipo mariposa.

Los trámites deberán presentarse por Ventanilla de Exportaciones de lunes a viernes a 10.00 a 12:30 hs y de 14 a 15:30 hs.

ANEXO V

**FORMULARIO SOLICITUD DE EXPORTACIÓN DE  
PRODUCTO**

**INSTITUTO NACIONAL DE ALIMENTOS  
A  
DIRECCIÓN GENERAL DE ADUANAS**

Fecha:  
Nota Exportación N° C

1-Exportador:

.....

2-Domicilio:

.....

3-RNE:

.....

4-Fecha de Exportación: .....

5-Medio de transporte: .....

6-País de Destino: .....

7-País de Origen: .....

8-Descripción de la partida:

8.1-Denominación del/los producto/s: .....

8.2-Marca del/los productos: .....

8.3-RNPA para productos de circulación interna (excepto p/materias primas): .....

8.4-Cantidad y Presentación de envases (Contenido neto expresado en masa o volumen): .....

8.5-Mecanismo de Identificación de la mercadería o fecha de duración mínima, Lote/s N° o Fecha de elaboración (cuando corresponda):

.....

**SE HA TOMADO INTERVENCIÓN EN LA EXPORTACIÓN DE LOS  
PRODUCTOS DECLARADOS EN LA PRESENTE**

Se reserva el derecho de auditar la presente partida, hasta el momento del embarque, si la Autoridad Sanitaria Nacional lo considera conveniente.

**ANEXO VI**

FORM APPROVED: OMB No. 0512-0037, EXPIRATION DATE: 2-28-2016. (See FRA statement on page 2.)

<p><b>TYPE OF SUBMISSION</b></p> <p><input type="checkbox"/> Initial Registration</p> <p><input type="checkbox"/> Relocation (new registration required) Enter Current FCE: (if applicable) _____</p> <p><input type="checkbox"/> Change of Registration Information Enter Current FCE: (if applicable) _____</p> <p>Specify Type of Change: _____</p>	<p>DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES Food and Drug Administration</p> <p><b>FOOD CANNING ESTABLISHMENT REGISTRATION</b></p>	<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center;">FOR FDA USE ONLY</th> </tr> <tr> <td style="width:50%;">FCE No. _____</td> <td style="width:50%;">Date Received by FDA _____</td> </tr> </table>	FOR FDA USE ONLY		FCE No. _____	Date Received by FDA _____
FOR FDA USE ONLY						
FCE No. _____	Date Received by FDA _____					

<p><b>FOOD PROCESSING PLANT LOCATION</b></p> <p>Establishment Name _____</p> <p>Number and Street _____</p> <p>City and State or Province (or other Subdivision) _____</p> <p>Zip (or other Postal Code) _____ Country (if other than U.S.) _____</p> <p>Telephone No. _____ Telefax No. _____</p>	<p><b>PREFERRED MAILING ADDRESS</b> <input type="checkbox"/> Same as Plant Location</p> <p>Establishment Name _____</p> <p>Number and Street _____</p> <p>City and State or Province (or other Subdivision) _____</p> <p>Zip (or other Postal Code) _____ Country (if other than U.S.) _____</p> <p>Telephone No. _____ Telefax No. _____</p>
--	---

<p align="center"><b>LOW ACID AND/OR ACIDIFIED FOODS PROCESSED AT THIS LOCATION</b></p> <p align="center">Food Product Name, Form or Style, and Packing Medium Listing products produced at this location is not a process filing.</p> <p><small>(Do not list meat and poultry foods under the jurisdiction of the Food Safety and Inspection Service of the U.S. Department of Agriculture.)</small></p> <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2" style="text-align: center;">(Check One)</th> </tr> <tr> <th style="text-align: center;">Low-Acid</th> <th style="text-align: center;">Acidified</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td> </td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td> </td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td> </td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td> </td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td> </td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td> </td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td> </td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td><td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td></tr> </tbody> </table>		(Check One)		Low-Acid	Acidified		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<p><b>PLEASE NOTE THE FOLLOWING:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• The requester hereby presents and acknowledges that the company is aware that in making this request the company is subject to the terms and provisions of Title 18, Section 1001, United States Code which makes it a criminal offense to falsify, conceal, or cover up a material fact; make any false, fictitious, or fraudulent statement or representation; or make or use any false writing or document knowing the same to contain any materially false, fictitious, or fraudulent statement or entry.</li> <li>• Subject to the terms of 21 CFR 108.25 (c)(1) and (2) and 108.35 (c)(1) and (2), no commercial processor shall engage in the processing of low-acid or acidified foods until the completed forms FDA 2541 and 2541a or 2541b have been filed with the FDA within the applicable time frames specified in these regulations.</li> <li>• Forms, instructions, regulations, and information can be secured online at <a href="http://www.fda.gov/Food/FoodSafety/Product-SpecificInformation/HighAcid/low-AcidCannedFoods/default.htm">http://www.fda.gov/Food/FoodSafety/Product-SpecificInformation/HighAcid/low-AcidCannedFoods/default.htm</a></li> <li>• For more information, contact the LACF Registration Coordinator by e-mail at <a href="mailto:lacf@fda.hhs.gov">lacf@fda.hhs.gov</a></li> </ul> <p align="right"> <b>Food and Drug Administration</b>  <b>LACF Registration Coordinator (HFS-303)</b>  <b>Center for Food Safety &amp; Applied Nutrition</b>  <b>5100 Paint Branch Parkway</b>  <b>College Park, Maryland 20740-3835</b> </p>
		(Check One)																												
	Low-Acid	Acidified																												
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																												
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																												
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																												
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																												
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																												
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																												
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																												
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																												

**FACILITY CONTACT PERSON**

Name of Contact and Business Address: \_\_\_\_\_

Position Held at Plant Location:  Owner  Technologist  Manager  Director  President/Vice President Phone Number: \_\_\_\_\_

FAK Number: \_\_\_\_\_ Email Address: \_\_\_\_\_ Signature: \_\_\_\_\_ Date: \_\_\_\_\_

This section applies only to requirements of the Paperwork Reduction Act of 1995.

**DO NOT SEND YOUR COMPLETED FORM TO THE PRA STAFF ADDRESS BELOW.<sup>1</sup>**

The burden time for this collection of information is estimated to average .17 hour per response, including the time to review instructions, search existing data sources, gather and maintain the data needed and complete and review the collection of information. Send comments regarding this burden estimate or any other aspect of this information collection, including suggestions for reducing this burden, to:

Department of Health and Human Services  
Food and Drug Administration  
Office of Chief Information Officer  
Paperwork Reduction Act (PRA) Staff  
1350 Piccard Drive, Room 400  
Rockville, MD 20850

*"An agency may not conduct or sponsor, and a person is not required to respond to, a collection of information unless it displays a currently valid OMB number."*

**ANEXO VII**

DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES PUBLIC HEALTH SERVICE FOOD AND DRUG ADMINISTRATION

**FOOD PROCESS FILING FOR ALL METHODS EXCEPT LOW-ACID ASEPTIC**

Use FDA-approved Transition or Transitional Regulation and Possible filing in Acidified and Low-acid Canned Foods to complete Form FDA 2641a

FORM APPROVED ONE NO. 0019-R037 EXPIRATION DATE: 03/2003

See PSA Statement on page 2.

**A. PRODUCT**

Name, Form or Style, and Packing Medium: \_\_\_\_\_

pH: \_\_\_\_\_ (Before Acidification)

Governing Regulation:  low-acid (21 CFR 108.25-113)  acidified (21 CFR 108.25-114)

Type of Submission:  new  replaces \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  cancels \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Process Use:  scheduled  alternate for \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  emergency for \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

20\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_  
Y Y Y Y M M D D S S S S  
FCE SID

---

**B. PROCESSING METHOD**

NAME OF STERILIZER (MFR. & TYPE) \_\_\_\_\_

HEATING MEDIUM (e.g., Steam, water, immersion or spray, steam-air) \_\_\_\_\_

1.  Still  
a.  Horizontal  Vertical  
Dish or Plates (complete for a, orb.)  
 None  Perforated  
c.  Crates  
Bottom Surface (complete for c.)  
 Solid  Perforated

2.  Agitating  
a.  End over End  
 Axial  
b.  Continuous  
 Batch

3.  Hydraulic  
 Inner Chain only  
 Outer Chain only  
 Both Inner and Outer Chain  
 Single Chain  
 Multiple Chain

4.  Flame

5.  Other (explain) \_\_\_\_\_

6.  Acidified  
Maximum Equilibrium pH: \_\_\_\_\_  
Method of Acidification: \_\_\_\_\_  
Acidifying Agent: \_\_\_\_\_  
Pasteurization Method: \_\_\_\_\_  
Preservative Used: \_\_\_\_\_  
Concentration: \_\_\_\_\_

---

**CONTAINER TYPE:**

1.  Triple/Steel Can  D-plec  Welded  
2.  Aluminum Can  S-plec  Cemented

3.  Glass or Ceramic

4.  Flexible Pouch (specify material): \_\_\_\_\_

5.  Syringe (specify material): Lid \_\_\_\_\_ Body \_\_\_\_\_  
Seal Method: \_\_\_\_\_  
6.  Other (specify): \_\_\_\_\_

---

**PROCESS ESTABLISHMENT SOURCE (Limit entry to 30 characters)** \_\_\_\_\_

**DATE LAST ESTABLISHED** \_\_\_\_\_

**PROCESS RECOMMENDATIONS ATTACHED?**  YES  NO

---

**C. CRITICAL FACTORS:** AS DELINEATED BY PROCESS AUTHORITY TO ASSURE COMMERCIAL STERILITY (Check or Describe)

None of the following _____	NO <input type="checkbox"/>	Arrangements of Pieces in Container _____	AP <input type="checkbox"/>
Maximum Water Activity (a <sub>w</sub> ) _____	MW <input type="checkbox"/> (____)	Formulation Changes _____	FC <input type="checkbox"/>
Consistency / Viscosity _____	CY _____	Preparation Method _____	PM <input type="checkbox"/>
Value _____	(____)	Product Quality _____	PQ <input type="checkbox"/>
Units _____	(____)	Wetting Tendency _____	WT <input type="checkbox"/>
Method Name _____	(____)	Layer Pack _____	LP <input type="checkbox"/>
Temperature _____	(____)	Max. Flexible Pouch/Syringe Container Thickness in Retort _____	MP <input type="checkbox"/> (____)
Container Position in Retort _____	CP <input type="checkbox"/>	Max. Residual Air (Flexible Pouch/Syringe Container) _____	MR <input type="checkbox"/> (____) cc
Washing of Containers _____	WC <input type="checkbox"/>	Particle Size _____	PS <input type="checkbox"/>
Fill Method (check applicable method) _____	FM <input type="checkbox"/>	Syrup Strength _____	SS <input type="checkbox"/> (____)
Head or Volume/Weight _____	<input type="checkbox"/>	Starch Added _____	SA <input type="checkbox"/> (____)
Mixing or Tumble _____	<input type="checkbox"/>	Max. % _____	(____)
Other (specify) _____	<input type="checkbox"/> _____	Type _____	(____)
% Solids _____	SO <input type="checkbox"/> (____)	Other Binder _____	OB <input type="checkbox"/>
Solids to Liquid Ratio (wt. to wt.) _____	SL <input type="checkbox"/> (____)	Min. % Mixture of Dry Ingredients _____	MW <input type="checkbox"/> (____)
Drained wt./Net wt. Ratio _____	DW <input type="checkbox"/> (____)	Other (specify) _____	OT <input type="checkbox"/>



### LACF Contact Information

E-mail: LACF@FDA.HHS.GOV

Telephone: 240-402-2411

LACF REGISTRATION COORDINATOR (HFS-303)  
Center for Food Safety and Applied Nutrition  
Food and Drug Administration  
5100 Paint Branch Parkway  
College Park, MD 20740

This section applies only to requirements of the Paperwork Reduction Act of 1995.

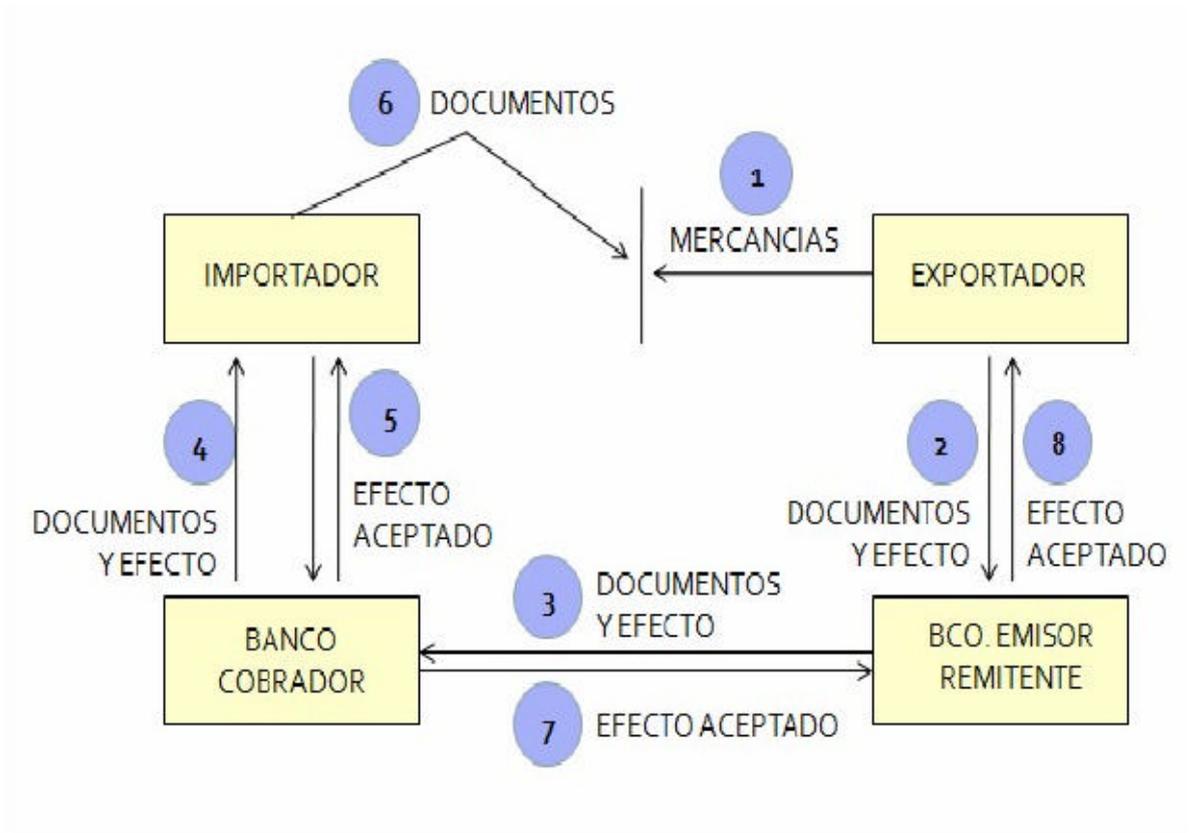
**\*DO NOT SEND YOUR COMPLETED FORM TO THE PRA STAFF ADDRESS BELOW.\***

The burden time for this collection of information is estimated to average .303 hour per response, including the time to review instructions, search existing data sources, gather and maintain the data needed and complete and review the collection of information. Send comments regarding this burden estimate or any other aspect of this information collection, including suggestions for reducing this burden, to:

Department of Health and Human Services  
Food and Drug Administration  
Office of Chief Information Officer  
Paperwork Reduction Act (PRA) Staff  
1350 Piccard Drive, Room 400  
Rockville, MD 20850

*"An agency may not conduct or sponsor, and a person is not required to respond to, a collection of information unless it displays a currently valid OMB number."*

ANEXO VIII



## BIBLIGRAFIA

### Libros

Czinkota Michael R. Ronkainen Ilkka A..Thomson Marketing Internacional.  
Séptima Edición. México, 2002

Green, Mark c. y Keegan, Warren j. Marketing Internacional. Naucalpan de  
Juárez : Pearson, 2009

Johnson, Gerry. Scholes, Kevan. Dirección Estratégica. Prentice Hall. 5°  
Edición. España, 2.001

Kotler Philip - Dirección De Marketing, Pearson education México, 2001

Porter, Michael E. La Ventaja Competitiva de las Naciones. Vergara, Buenos  
Aires, 1991.

### Disposiciones Especializadas

Código Aduanero de la República Argentina. A-Z, 2011.

Nomenclador Común del Mercosur. IARA Ediciones, 2010.

### Revistas

Forum de Comercio Internacional, Revista.

### Páginas Internet

AFIP. Web de la Administración Federal de Ingresos Públicos, sección Aduana  
<http://www.afip.gob.ar/aduanaDefault.asp>.

BANCO MUNDIAL, Sección datos, <http://datos.bancomundial.org/>.

BANCO CENTRAL DE LA REPUBLICA ARGENTINA, <http://www.bcra.gov.ar/>.

FDA, Food and Drug Administration <http://www.fda.gov/>.

FUNDACION EXPORTAR, <http://www.exportar.org.ar/web2013/>.

INDEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos, sección Sector Externo,

[http://www.indec.gov.ar/.](http://www.indec.gov.ar/)

OMC, Organización Mundial del Comercio, sección Documentos,

[http://docsonline.wto.org/gen\\_browseDetail.asp?preprog=1](http://docsonline.wto.org/gen_browseDetail.asp?preprog=1)

SECRETARIA DE COMERCIO EXTERIOR

[http://www.mecon.gob.ar/comercioexterior/.](http://www.mecon.gob.ar/comercioexterior/)

TARIFAR Comercio Exterior, TARIFAR, sección CLIENTES

[http://www.tarifar.com/tarifar/home.jsp.](http://www.tarifar.com/tarifar/home.jsp)