



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

Trabajo Final de Carrera Título:

*Nuevas estrategias para que la empresa COOPELIT (E. C.) avance
hacia la exportación de la Nuez Pecán*

Alumno: Juan Ignacio Martinez juanimartinez@live.com.ar

Tutor de Contenidos: Lic. Paulo C. Lanza

Tutor Metodológico: Mg. Lic. Ana M. Trottini y Ps. Prof. Laura M.

Berizzo

Noviembre 2015

Índice

	Página
Resumen	3
Análisis endógeno de la empresa	6
Descripción de la empresa y situación actual.....	6
Proceso productivo de personal.....	6
Situación económica de la empresa.....	7
Ventaja competitiva.....	7
Evolución del producto.....	7
Desarrollo del producto.....	7
Descripción del producto.....	8
Certificaciones.....	11
Producto y sus propiedades.....	11
Comercio Exterior de la empresa.....	13
Posición Arancelaria.....	14
Análisis del contexto	15
Análisis a nivel local.....	15
Análisis a nivel mundial.....	19
Análisis de mercado.....	21
Resultados	24
Análisis específicos de datos de la tabla de ponderación.....	24
Conclusiones	33
Bibliografía	35

Resumen

Llevamos a cabo un Estudio de Caso a partir de una pasantía realizada en el marco del “Programa Primeros Exportadores” de la Universidad Abierta Interamericana y la Municipalidad de Rosario. La Municipalidad seleccionó a 10 empresas, interesadas en desarrollarse en el mercado internacional exportando sus productos. En este caso la empresa asignada fue COOPELIT Ctda. (Cooperativa de Nuez Pecan del Litoral), en la cual sus socios aportan cada uno el total de la siembra de nueces de sus respectivos campos. Coopelit cubre el mercado interno distribuyendo sus productos mediante ventas en forma directa, o bien en dietéticas o supermercados, no pudiendo lograr aún vender sus productos fuera del país. Es por ello que desarrollamos un plan de internacionalización con el fin de poder comercializar los productos en otros países.

En primera instancia, realizamos una descripción de la empresa con el fin de poder identificar el potencial de la misma. Luego, presentamos el análisis del sector alimenticio (nueces) y de siembra y comercialización a nivel local y mundial para analizar la presencia que tiene Argentina en este rubro en el mercado extranjero, llegando a la conclusión de que no hay grandes exportadores en nuestro país y que ~~en~~ no existe gran conocimiento de este tipo de nuez y sus beneficios. Debido a esto se presenta un breve estudio de tres potenciales países, teniendo en cuenta diferentes factores como ser el tamaño del mercado, su consumo, el riesgo de cada país, regulaciones legales y barreras arancelarias. Estos factores se desarrollan en la última etapa de nuestro trabajo, eligiendo al país que más resulte conveniente para una futura exportación.

Teniendo en cuenta todos los datos expuestos a lo largo del desarrollo del trabajo, se establece un análisis FODA, detectando las fortalezas y debilidades que tiene la empresa para poder detectar y ser conscientes de los recursos que tenemos y qué se debería cambiar, así como las oportunidades y amenazas que tendríamos en el país de destino.

Por último, finalizamos con un plan de acción recomendando las pautas que se deben tener en cuenta para poder ingresar al mercado potencial de manera exitosa.

Introducción

La elección de este tema se fundamenta al decir que COOPELIT es una cooperativa nueva y pequeña con pocos años de vida y con una proyección a futuro que crece cada año. En la actualidad Coopelit distribuye sus productos en Rosario y no en muchos otros lugares, ya que gran cantidad de sus frutos son utilizados para que los socios hagan conocer las nueces. La cooperativa aún no ha incursionado en el mercado exterior, por falta de conocimiento, de tiempo o de gente calificada, por ello decidimos que por la calidad de nuestros frutos y por la poca cantidad de producción podríamos cubrir tan solo un mercado en el exterior. Esto nos llevó a investigar varios países consumidores de este tipo de nuez hasta llegar a la elección de uno.

El país que determinamos más adecuado para nuestro producto es Australia, ya que año a año incrementa sus volúmenes de importación de la nuez pecan y es uno de los países con más apertura al mundo y con el cual es fácil negociar. Además, al ser un país del primer mundo, tiene una excelente logística y distribución, facilitando así el ingreso del producto.

Es por ello que creemos que la amplitud hacia Australia puede ser un gran atractivo para Coopelit, debido al gran consumo de este producto y del precio que en ese país pagan por este fruto.

Análisis endógeno de la empresa

Descripción de la empresa y su situación actual:



COOPELIT es una cooperativa de nueces pecan, fundada en el año 2012 en la ciudad de Rosario, con la intención de los socios de hacer crecer su producción de nueces y a la vez eliminar todo tipo de intermediarios, siendo ellos los realizadores de la cadena de valor desde el principio al fin en el mercado interno y hablando en comercio internacional hasta que se exporta.

Es una cooperativa nueva, en crecimiento, donde la mayoría de las plantas de sus socios son jóvenes con una producción baja, pero con un gran potencial, ya que las plantas a medida que van pasando los años van a ir aumentando su producción hasta llegar a una edad de entre 10 y 15 años logrando una producción muy alta por planta, que nos daría la capacidad de tener cantidad suficiente de nueces para el mercado externo e interno pudiendo llegar en ese momento a ser una gran cooperativa de nueces. Todo esto es una visión a futuro y es donde queremos llegar. La cooperativa cuenta con 5 hectáreas descubiertas y con 200 m³ de superficie cubierta donde se encuentra la maquinaria específica para el tratamiento de las nueces.

Proceso productivo y personal

Hoy la cooperativa cuenta con 9 socios, cada uno tiene una plantación en sus campos y atiende sus plantas, cultivando, y cosechando cada uno por su cuenta, pero siguiendo los mismos estándares de calidad y cuidado de las plantas, controlados por el INTA, para luego acopiar esas cantidades individuales de nueces en la planta de producción y realizar ELLOS MISMOS el descascarado, craqueado, secado y tamañado de dichas nueces, con una máquina específica. También contamos con una cámara de frío para la conservación del fruto. Y por último embolsamos las nueces en bolsas arpilleras de 500g y de 1k para su posterior venta.

La cooperativa cuenta con una sola máquina la cual realiza todas las actividades (descascarado, craqueado, secado y tamañado).

Situación económica de la empresa

Actualmente la empresa está en crecimiento, aprendiendo e instalándose en el mercado, con constantes inversiones sin obtención de ganancias, por eso podríamos decir que el producto está en ETAPA DE CRECIMIENTO si hacemos referencia al ciclo de vida del producto, ya que la empresa se encuentra invirtiendo actualmente, ya sea en maquinarias, infraestructuras, ferias, viajes de promoción, folletería, páginas web sin tener un retorno positivo sobre dicha inversión.

Ventajas competitivas

- La ventaja principal que tiene la cooperativa es la maquinaria especializada y de alta tecnología que separa a las nueces de su cáscara; es decir las pela, las craquea y las separa por tamaño. Esto es muy positivo ya que generalmente hay empresas que se dedican a esto y ellos la tienen en su planta de producción funcionando.
- Otra ventaja es la certificación aprobada por los entes reguladores, como el INTA, y el SENASA. La cooperativa cuenta con todos los requisitos para que la nuez pueda ser vendida en el mercado interno como en el mercado externo sin problemas.
- Cuando hablamos de desventaja competitiva hacemos referencia a la cantidad de nueces, actualmente de los socios de la cooperativa, tienen plantas muy jóvenes, lo que hace que tengan producción baja y eso les impide seguir creciendo.

Evolución del producto

La producción de nueces crece incesantemente; en 2013 la cosecha arrojó solo 500 kg. de nueces, en 2014 se acopiaron 2000 kg. y para este 2015 se esperan juntar 10000 kg., siempre teniendo en cuenta la producción de estos 9 socios/productores. Pero la idea es que como cooperativa se le puedan comprar más kilos de nueces a otros productores que NO formen parte de la misma.

Hasta el momento COOPELIT ha vendido su producción solo en el mercado interno, no han podido vender al exterior. Por ello sus principales clientes son las dietéticas, supermercados, distribuidores, industria pastelera y en especial las personas que les compran directamente, es decir, el consumidor final de la nuez.

Desarrollo del producto

La nuez pecan es una fruta seca, que se obtiene directamente de la planta, no tiene investigación, innovación, ni tampoco valor agregado, hablando siempre en la forma la

cual venden (con cáscara o pelada). Lo que sí tiene es un proceso de descascarado-y por ello no tiene un desarrollo de producto previo, sino que se extrae de la planta y ya se puede pelar y comer.

Descripción del producto

PECAN

El Pecán, es un árbol longevo y rústico cuya gran capacidad de adaptación le permite prosperar tanto en suelos de buena calidad, como en otros más pobres, aunque lógicamente en el segundo caso con menores rendimientos. Alcanza una altura de 30 metros y puede vivir más de un siglo, produciendo en su adultez más de 100 Kg. de nueces por planta. No es un cultivo de producción inmediata. Comienza a brindar frutos a los cinco años de plantado, pero la primera cosecha económicamente significativa se obtiene a partir de los 7 años. Entre los 15 y 25 años alcanza su máximo rendimiento. Desarrolla su nuez desde noviembre a enero y la almendra desde enero hasta abril – mayo.

Cosecha y recolección:

- La cosecha y recolección, que constituye el paso más importante en la producción, puede ser manual o mecánica.
- El procedimiento manual –utilizado en nuestro país– requiere golpear las ramas con una caña rígida, recolectar las nueces derribadas y colocarlas en sacos.
- Para evitar deterioros en la calidad, tiene gran importancia recoger los frutos de inmediato.
- La cosecha mecánica consiste en bambolear las plantas con un sacudidor de árboles para que las nueces caigan sobre un piso nivelado donde son recogidas por un equipo recolector.
- La cosecha manual es más lenta y trabajosa, pero tiene varias ventajas importantes:
 - No se recogen partículas ni fragmentos ajenos a la cosecha.
 - Puede realizarse en suelos húmedos donde la máquina no tiene acceso.
 - El recolector selecciona las nueces por su peso y detecta las que no tienen contenido de almendra o están deterioradas, pudiendo separarlas en el momento.

Acondicionamiento y almacenaje:

- Cosechadas las nueces, es necesario reducir su humedad, ya sea mediante secado natural o con aire caliente forzado producido por un equipamiento específico.
- El secado a temperatura ambiente requiere alrededor de dos o tres semanas, y si se realiza con equipos oscila entre 12 y 40 horas. En ambos casos la duración del proceso guarda relación con el grado de humedad de los frutos.
- La nuez pecán cosechada tiene entre un 20% y un 8% de humedad, según se trate de cosecha temprana o tardía. El porcentaje óptimo en la almendra se considera un 4%, ya que si baja a 2,5% las almendras se vuelven frágiles; y si contienen un 5% o más de humedad tienden a ser esponjosas y muy susceptibles al desarrollo de hongos y pudriciones durante el almacenamiento.
- A fin de que mantengan todas sus cualidades, tras el secado las nueces deben ser almacenadas en cámaras a 2° C bajo cero.

Pelado y envasado:

- Para el pelado de la nuez se utilizan tanto peladoras manuales como equipos industriales que permiten procesar grandes cantidades. Para el pelado COOPELIT cuenta con maquinaria de alta calidad, capaz de pelar cientos de kilos a la vez.
- Se utilizan envases convencionales de diversos contenidos, aunque existen avanzados estudios dirigidos a prolongar la conservación de la nuez realizando pruebas al vacío e incorporando nitrógeno en distintos diseños de packaging

Las variedades:

En nuestro país existen 12 cultivares inscritos en el Registro Nacional de Cultivares, correspondientes a las siguientes variedades: Stuart, Desirable, Shoshoni, Success, Kernodle, Starking, Mahan, Harris Super, Mahan – Stuart, INTA Delta I e INTA Delta II. Las cinco primeras variedades son las que mejor se comportan en los suelos y climas de nuestro país. Sus características y desempeño productivo se resumen a continuación.

Stuart

- ✓ En Argentina se comporta como tolerante y no presenta problemas particulares.
- ✓ Es un árbol fuerte, fácil de conducir y no requiere mucho manejo.
- ✓ Su nuez es de tamaño intermedio y una dureza de cáscara intermedia a dura con buenas características de craqueado.
- ✓ No es un cultivar precoz aunque en Argentina con buen manejo se registran entradas en producción a los 6 -7 años
- ✓ En el largo plazo es el cultivar de mayor rendimiento registrado

Desirable

- ✓ Da nueces grandes y con buen llenado que producen excelentes almendras y obtienen los mejores precios del mercado.
- ✓ Quizás su más fuerte cualidad es su habilidad para producir consistentemente cosechas de alta calidad año tras año, con un bajo nivel de alternancia
- ✓ No es muy resistente al frío, por lo que no resulta aconsejable utilizarla más allá del centro de Buenos Aires.

Shoshoni

- ✓ Variedad de fructificación temprana y alta producción, por lo que es ideal como árbol temporal.
- ✓ Su nuez madura temprano y es de buena calidad.
- ✓ Tiene gran adaptación y resistencia al frío (más de -9 C).
- ✓ Sus frutos son grandes (110 nueces / Kg. – 9 Gr. /nuez).
- ✓ Posee un muy buen rendimiento de almendra (50 al 58 %).

Success

- ✓ Brinda una nuez de tamaño grande con un rendimiento aproximado del 50%.
- ✓ Se la recomienda para la Región del NEA,.

Kernodle

- ✓ Brinda una nuez de las denominadas extra grandes (9,5 a 10 Gr. /nuez), con un buen rendimiento de almendra (53/55 %).
- ✓ Su almendra es suave y atractiva pero algo oscura.

- ✓ La cáscara es relativamente fina y puede utilizarse para el mercado de nueces con cáscara.

Certificaciones:

En la actualidad tanto la cooperativa como el producto deben tener certificaciones para su venta tanto en el mercado interno como en el exterior. Ellas son:

- **Protocolo EUROGAP:** certificación internacional (exigen el cumplimiento de protocolos muy estrictos tanto en la producción, empaque e instalaciones y trazabilidad en todas las etapas productivas y tiene un costo a considerar
- **Estándares de comercialización de USDA:** es para cuando queremos exportar a China, USA, UE estemos hablando en el mismo idioma
- **SENASA:** (análisis de rancidez) análisis del índice de peróxidos para determinar el nivel de rancidez de la nuez que si se siguen las buenas prácticas de conservación en frío no debería haber problemas
- **SENASA:** (fumigación con bromuro de metilo) esto puede ser exigido dependiendo el destino de la mercadería

La cooperativa aún no tiene estas certificaciones, pero sí está realizando todo tipo de tramitaciones para poder obtenerlas y así exportar a cualquier parte del mundo sin ningún problema ni impedimentos.

PRODUCTO:

Propiedades:

- **Enfermedades cardiovasculares:** estas nueces son ricas en Omega 9, lo cual es beneficioso para el corazón, también previenen los ataques cardíacos.
- Por su bajo contenido en sodio, estas nueces son muy recomendables para personas con colesterol, hipertensión, trombosis o problemas circulatorios, así también es recomendada y para las dietas para diabéticos.
- **Reduce el colesterol.**
- **Sobrepeso y obesidad:** consumir frecuentemente entre 20 y 35g de nueces pecanas es aconsejable para personas con sobrepeso u obesidad.
- Ayuda a reparar la piel dañada.
- Son ricas en minerales, tales como fósforo, magnesio, manganeso, selenio y cinc

y además oligoelementos.

- Colabora a mantener los huesos fuertes y es importante para el crecimiento de los niños
- Pueden ayudar a tratar el estrés

A continuación podemos apreciar la nuez desde que está en la planta hasta que está lista para ser consumida

1) **Planta**



Imagen 1: Pecan recientemente plantado

Fuente: www.coopelit.com



Imagen 2: Pecan ya maduro

Fuente: www.coopelit.com

2) **Aquí podemos observar cómo se va abriendo el cascarón**



Imagen 3: Fruto a punto de salir del cascarón

Fuente: www.coopelit.com

3) Se recogen las nueces

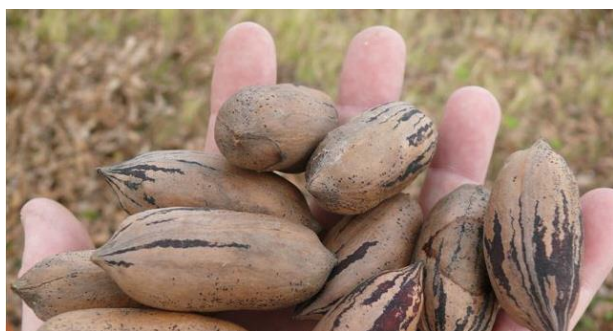


Imagen 4: Nueces recogidas, listas para comer

Fuente: www.coopelit.com

4) Nuez pelada y con cáscara lista para comer



Imagen 4: Nueces peladas y listas para comer

Fuente: www.coopelit.com

Comercio internacional

La empresa aún no realizó ninguna venta al exterior, esto se debe al escaso saldo exportable que tiene hoy la empresa, es decir, que con su limitada cantidad de nueces solo puede vender en el mercado interno. Si algún importador del exterior requiriese una gran cantidad de nueces, no se las podrían vender ya que se quedarían sin posibilidad de abastecer el mercado interno. La idea más latente que tienen los socios es poder exportar una pequeña cantidad de nueces a España o Brasil, donde se encuentra un familiar de algún socio y así no requerirían una gran cantidad de nueces y solo se les enviaría la cantidad que al criterio de la cooperativa se pueden mandar. Por ello, el Programa de Primeros Exportadores de la Municipalidad de Rosario junto con la Universidad Abierta Interamericana, le brindó a COOPELIT todas las herramientas necesarias para poder realizar esa mínima exportación, para que en un futuro, cuando ~~ya todas~~ las plantas tengan una gran producción y puedan exportar grandes cantidades de nueces, ya estén preparados para todos los problemas que puedan surgir.

Posición arancelaria:

0802.90.00.211 H nueces pecan con cáscara

0802.90.00.212 K nueces pecan sin cáscara

Derecho de exportación: 5%

Reintegro: 2,7%

Análisis del contexto

Para poder comprobar la factibilidad de que Coopelit pueda insertar su producto en el exterior realizamos un análisis del sector frutos secos, más específicamente “NUEZ PECAN” a nivel local y mundial, así lograremos observar la posición de Argentina frente a ese producto.

Análisis a nivel local

Definición del sector:

El sector hoy en día está creciendo fuertemente. La nuez PECAN no es tan conocida como la nuez común, por eso fue declarada de INTERÉS PROVINCIAL. Lograr eso fue muy positivo para los socios de la cooperativa ya que sintieron que sus esfuerzos estaban empezando a dar frutos.

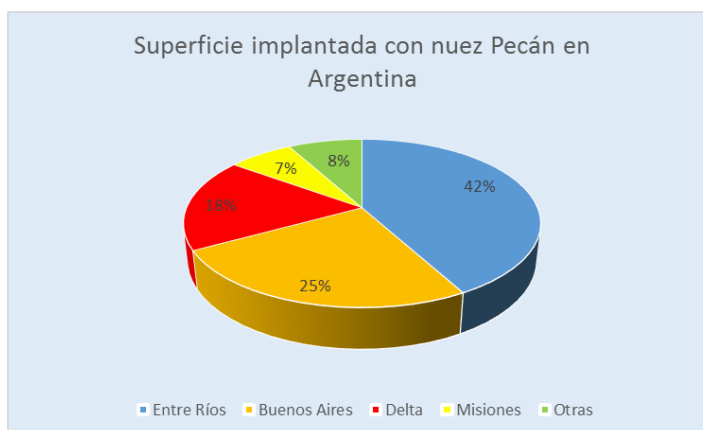
Por tal motivo, en este 2015 el sector contará con mayor abastecimiento de nuez para procesar, desarrollando una actividad productiva única en el país con altos valores de eficacia, manteniendo la línea de calidad exigida. Por ello, debido a las propuestas y exigencias de los clientes, el sector se encuentra trabajando fuertemente junto a pequeños y medianos productores en el proceso y comercialización de estas frutas secas y desecadas de máxima Calidad.

En los últimos siete años la producción en Argentina de nuez pecan creció y sigue creciendo sostenidamente y por ello cada vez hay mayor interés en distintas jurisdicciones por incorporar esta actividad a su economía regional ya que es un cultivo de excelente adaptabilidad a diferentes zonas del país, fácil manejo, costos de implantación bajos y gastos de mantenimiento mínimos en comparación con otras producciones. Se trata de un fruto no perecedero, existe una demanda interna y externa insatisfecha, y por lo tanto sus perspectivas de rentabilidad son alentadoras.

Según sus características, este cultivo tiene en nuestro país un muy amplio horizonte de desarrollo ya que puede cultivarse tanto en la región mesopotámica, incluidas las provincias de Formosa y Chaco, la región central (Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, Tucumán, Santiago del Estero), como la región NOA (Salta, Jujuy, Catamarca,

La Rioja), y en la zona cuyana, aunque la mayor parte de la producción se encuentra en la provincia de Entre Ríos.

A continuación se podrá ver en el gráfico los porcentajes de superficie implantada de nuez pecan en Argentina



Fuente: UCAR plan de mejora competitiva de la nuez pecan

El pecán es un árbol frutal nativo de Estados Unidos que formaba parte de la dieta de tribus locales. Actualmente, su fruto cuenta con valor comercial y es producido y comercializado en distintos lugares del mundo. El fruto del pecán se caracteriza como fruto seco, de forma alargada con cáscara lisa e indehiscente, se consume su semilla formada por dos lóbulos carnosos, de color ámbar y sabor dulce. El pecán es comercializado con cáscara o pelado. Por su alto valor nutricional es un alimento muy saludable, destacándose por su alto contenido de ácidos grasos monoinsaturados, fibra, vitaminas y minerales. Se lo utiliza en la elaboración de productos de panadería, confitería, heladería, chocolatería, entre otros. Además, pueden obtenerse harinas y aceites, siendo sustitutos de harinas tradicionales para alimentos aptos para celíacos. Una característica de la producción de pecán es la alternancia productiva, esto quiere decir que el árbol alterna años de elevada producción y años de baja producción. Su productividad depende de la variedad genética utilizada, de las condiciones agroecológicas donde se localiza la plantación (temperaturas, presencia de heladas, distribución de precipitaciones, condiciones físicas y químicas del suelo) y de las técnicas de cuidado del cultivo.

En la Argentina se producen un promedio 500 toneladas por año de nuez de pecán con cáscara, lo que representa una participación insignificante si consideramos que los dos máximos productores a nivel mundial son Estados Unidos y México, cuya producción alcanzó en el año 2011 las 140 y 90 mil toneladas respectivamente. Las regiones de mayor producción nacional son: Entre Ríos, que excluida la Región Delta, representa el 42%,

Buenos Aires con un 25% y el Delta del Paraná con 18%. Entre las provincias de Entre Ríos, Buenos Aires y Santa Fe se concentra el 85% de la producción total del país.

La calidad de la nuez pecán depende en primer lugar de las cualidades genéticas de la variedad, además de las prácticas realizadas durante el cultivo, lo que se llama comúnmente el “manejo”, es decir riego, fertilización, poda, desmalezado, etc. Una vez producido el fruto en el campo es importante el método de cosecha implementado, siendo la mejor opción la recolección del fruto sin que toque el suelo o lo haga por el mínimo tiempo posible. La post-cosecha contempla el acondicionamiento que consiste en limpiar, secar las nueces y clasificarlas por tamaño, pudiendo realizarse en el mismo campo donde fueron cosechadas o en un lugar de acopio. La etapa industrial consiste en secado, pelado y envasado, se obtienen cuartos, medios y nueces partidas; pudiendo hacerse en forma manual o mecánica.

A partir de estos productos, las nueces son comercializadas con destino a la industria alimenticia, generalmente al por mayor a través de distribuidores o grandes cadenas de retail y fábricas de alimento, cosmética, química, entre otras. En Entre Ríos, gran parte de la producción se comercializa directamente del productor al minorista (dietéticas, verdulerías, almacenes), y hay muchos emprendimientos artesanales que elaboran alimentos para el mercado turístico.

El cluster de la nuez pecán:

El Cluster de la Nuez Pecán abarca la totalidad de la provincia de Entre Ríos, con ejes productivos sobresalientes en los departamentos de: Islas del Ibicuy, Gualeguay, Colón, Villaguay, Concordia y Paraná. Los principales polos productivos se ubican a una distancia aproximada de entre 180 km (Villa Paranacito) y 425 km (Concordia) de la Ciudad de Buenos Aires y se accede por la Ruta Nacional 14. Gualeguay y Paraná se encuentran sobre Ruta Nacional 12 a 240 km y 550 km respectivamente de Buenos Aires. Paraná, por otro lado, se encuentra a 30 km de la Ciudad de Santa Fe. La provincia de Entre Ríos se encuentra muy bien conectada a distintos centros de consumo, tanto de Argentina como de países vecinos como Uruguay y Brasil, a través de puertos y rutas.

La principal actividad dentro del Cluster es la producción primaria de nueces de pecán, la cual se concentra en alrededor de 197 productores con una producción actual de 182,5 toneladas, sobre una superficie total plantada estimada en 1.961 hectáreas. Dentro del Cluster participan los productores primarios dispersos en distintos lugares de la

provincia. La mayoría cuenta con plantaciones relativamente jóvenes (de menos de 10 años de edad).

Existen algunos establecimientos acondicionadores de la nuez, en su mayoría de productores con plantaciones más añosas que avanzaron hacia la etapa de industrialización. Estos establecimientos acondicionan su propia producción y en muchos casos compran la producción de otros productores y luego la venden a mayoristas.

La región cuenta también con proveedores de insumos y maquinarias, y técnicos especializados que forman parte de instituciones como el INTA o bien que asesoran a los productores de forma privada. Uno de los principales proyectos vinculados a la actividad es el programa ProPecán del INTA, creado en el año 1999 y financiado principalmente con aportes de Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR) del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación. Los principales objetivos de este proyecto se centraron en la generación de cultivares que se adapten a las condiciones locales, la adaptación tecnológica en el manejo de los montes y su difusión y transferencia tecnológica.

En simultáneo al ProPecán fueron surgiendo grupos de productores mediante el Programa Cambio Rural, también a cargo del INTA. Al momento de comenzar a trabajar en la iniciativa del cluster pecanero existían en la región y en zonas cercanas cinco grupos en funcionamiento de dicho Programa.

Por otro lado, un grupo de productores de la zona de los departamentos de Colón y Uruguay, apoyados por la SePyMe creó en el año 2010, el Grupo Asociativo Pecaneros Rio Uruguay con el objeto de avanzar en la cadena de valor e incorporar la etapa de procesamiento a la producción existente. Además, en julio de 2012 se creó una Unidad Piloto de Producción Orgánica con apoyo del Programa de Gestión de Calidad y Diferenciación de Alimentos (PROCAL), con el fin de dar asistencia técnica a un grupo de 11 productores de las localidades de Villaguay, Larroque, San José y Concepción del Uruguay.

Mercado, producción y expectativas

- La producción nacional aún resulta insuficiente para abastecer el mercado interno y alimentar una corriente exportadora.
- En 2010 se realizó una exportación de nuez con cáscara a EE.UU. por un volumen de 13,5 toneladas y un monto de 40.905 US\$ FOB. (Fuente: INDEC), pero eso no

modifica sustancialmente el panorama, caracterizado por una comercialización interna que muestra alto grado de dispersión y en muchos casos se desliza por canales informales.

- Pese a ello, en los últimos años se han incrementado los requerimientos de varios sectores, tales como los distribuidores de frutos secos, restaurantes, confiterías, etc.
- La demanda de los mercados externos (EE.UU., China, México, entre otros) crece año tras año, y nuestro país posee excelentes condiciones agro-ecológicas para producir nuez Pecán de alta calidad.
- Argentina cuenta también con la ventaja de ofertar en contra-estación, lo que permitirá en un futuro dar respuesta a la demanda de los principales consumidores, situados todos en el Hemisferio Norte.
- El ingreso a dichos mercados se realizaría cuando ellos carecen de fruta fresca, lo que abre posibilidades de alcanzar buenas cotizaciones.
- Algunos de los principales compradores mundiales (Estados Unidos y México) han manifestado su interés en nuestro producto, por lo que la expectativa es grande ya que si se mantiene el actual ritmo de incremento de la producción, se estima que para la próxima década se contará con cosechas de 15.000 toneladas, volumen que permitiría así abastecer los pedidos externos.

Cada vez hay mayor interés en distintas regiones por incorporar esta producción a su economía, ya que es un cultivo de excelente adaptabilidad a diferentes zonas del país, manejo sencillo, costos de implantación bajos y gastos de mantenimiento mínimos en comparación con otras producciones. Se trata de un fruto no perecedero, existe una demanda interna y externa insatisfecha, y por lo tanto sus perspectivas de rentabilidad son alentadoras.

Análisis a nivel mundial

Comercio Internacional del sector:

El comercio internacional de Argentina de nueces como citábamos anteriormente no está muy desarrollado ya que las plantaciones son muy jóvenes todavía y no generan grandes volúmenes de nueces, por ello las exportaciones a través de los años han sido insignificantes en comparaciones de países como EEUU y México. A saber:

Exportaciones de Argentina al mundo

Año	Peso (kg)	U\$D	Posición Arancelaria
2010	13505	\$ 40.931,00	80290
2011	18000	\$ 75.960,00	80290
2012	40000	\$ 176.000,00	80290
2013	30010	\$ 120.610,00	80290
2014	99750	\$ 351.370,00	80290

Tabla 1: Exportaciones de Argentina al mundo

Fuente: uncontrade

Mercado interno del sector

La demanda nacional de frutos secos se ha incrementado en los últimos años, a partir de su difusión como alimento saludable. En este sentido, la nuez de pecán es un producto cada vez más frecuente, el cual se encuentra principalmente en dietéticas, verdulerías y supermercados. La forma más común de encontrar el producto es con cáscara, aunque algunos comercios logran vender la nuez descascarada. El consumo de las nueces presenta estacionalidad, impulsada principalmente por las fiestas de fin de año. Hay un sensible incremento en la demanda a partir de octubre/ noviembre, que luego de diciembre vuelve a descender. Aun así, la nuez es un producto cada vez más requerido y con potencial para sostener la demanda durante todo el año. Otro canal ampliamente difundido corresponde a la venta en tiendas de productos regionales. Estos comercios son un gran difusor del producto que, a partir del flujo turístico con el que cuenta la provincia de Entre Ríos, es aprovechado para la venta de productos alimenticios con mayor valor agregado (barras de cereal, turrone, tortas, garrapiñada, etc). Vale destacar que a pesar de muchos esfuerzos, el grueso de la comercialización se realiza dentro del mercado interno con un alto grado de dispersión y a través de canales mayormente informales.

Nuez pecan en el mundo

La nuez pecan es originaria de EEUU, siendo este el mayor productor del mundo, en segundo lugar se encuentra México pero aunque la producción mundial se concentra en estos dos países, existen plantaciones menores en Australia, Sudáfrica, Israel, Brasil, Argentina, Perú y Egipto.

La mayor demanda de los mercados externos se encuentra en Estados Unidos, China, México, entre otros y crece año tras año, y nuestro país posee excelentes condiciones agro-ecológicas para producir nuez Pecan de alta calidad. Asimismo, cuenta con la ventaja de ofertarla en contra-estación, lo que le permitirá en un futuro dar

respuesta a la demanda de los principales consumidores, que se encuentran en el Hemisferio Norte. Además de satisfacer ese requerimiento, el ingreso a dichos mercados se realizaría cuando ellos carecen de fruta fresca, lo que abre posibilidades de alcanzar muy buenos precios.

Análisis del mercado

Para la selección de los mercados potenciales que vamos a tener en cuenta, pensamos que lo más conveniente para la empresa era algún país en el cual no haya tanto volumen de producción, pero que si sea un país importador constante de nuez pecán, también tuvimos en cuenta el precio que paga el país por la tonelada de nuez y la facilidad que puedan tener los países para insertarse en ese país, teniendo en cuenta los acuerdos internacional.

Dentro de los países posibles a elegir, nos basamos en los datos presentados por diferentes organismos como UNCONTRADE, FACTBOOK (CIA) Y NOSIS investigación y desarrollo, que nos muestran todo lo que anteriormente nombramos a tener en cuenta para la elección del producto.

Observando el análisis del sector, podemos observar entre los principales destinos Australia, EEUU, Italia, Canadá y China. En primera instancia, se descarta la posibilidad de comercializar nuestro producto en China, debido a la gran cantidad de consumo de este fruto seco, sabiendo que nuestra capacidad de producción esta reducida y no podríamos satisfacer su mercado. Por otro lado también descartamos la posibilidad de Canadá, ya que con Argentino no cuenta con ningún tratado comercial y debido eso ingresar nuestro producto va a ser muy difícil por las restricciones que nos van a imponer.

Por lo tanto en la siguiente fase analizaremos los siguientes países: Australia, EEUU e Italia.

En la siguiente tabla de ponderación podremos observar los puntos a tener en cuenta para demostrar lo atractivo que tiene cada mercado seleccionado.

Indicador	Valoración			Ponderación
	EEUU	Australia	Italia	
1. Tamaño del mercado	9	6	8	10
2. Tasa de crecimiento del mercado	8	8	8	10
3. Acuerdos Bilaterales	6	8	6	10
4. Nicho de mercado – Importaciones últimos 3 años y origen.	9	7	7	10
5. Regulaciones legales.	6	8	6	10
6. Riesgo País	10	10	10	10
7. Barreras de entrada	6	8	6	10
8. Distancia Geográfica y/o cultural	6	6	6	10
9. Canales de Distribución	8	8	7	10
TOTAL	62	65	61	

Tabla de ponderación

Fuente: Realizada por mi, bajo información recolectada en www.omc.com

EEUU es el país con mayor tamaño de mercado, luego lo sigue Italia y por último Australia. En cuanto a la tasa de crecimiento de mercado, los tres están muy parejos, ya que su PBI va aumentando lentamente o bien se mantiene ya que los 3 son países desarrollados con fuertes economías.

En cuanto a acuerdos bilaterales, barreras de entrada y regulaciones legales Australia cuenta con una ventaja sobre los otros dos países ya que tienen políticas comerciales en donde están abiertos al mundo y esta en el ranking de los países mas fáciles para negociar, donde ni bien tienen sus requisitos de entrada, no es difícil cumplir con esos requisitos para poder insertar el producto, mientras que en EEUU e Italia solo tenemos preferencia por ser un país sub-desarrollado.

Teniendo en cuenta las importaciones para la posición 080290, EEUU es el mayor importador muy por sobre Australia e Italia.

Cuando hablamos de riesgo país los 3 están en el mismo nivel, ya que son países del primer mundo en el cual el riesgo país es muy bajo. En cuanto a distancia geográfica con los 3 países no presenta grandes diferencias, ya que estamos alejados de los 3 y ninguno cuenta con una ventaja sobre el otro en cuanto a distancia.

Cuando hablamos de canales de distribución Australia y EEUU están mejor posicionado que Italia ya que éste no cuenta con mucha experiencia con este fruto seco, mientras que Australia y EEUU ya cuentan con un gran desarrollo en este campo.

Dada la extensión del trabajo, se presentarán en el siguiente capítulo el análisis de datos realizados a Australia, el cual nos pareció le mercado más adecuado y con mayores oportunidades para el ingreso de nuestro producto.

Los ítems mencionados en la tabla anterior van a ser desarrollados a continuación.

Resultados

Análisis específico de datos de la tabla de ponderación

Riesgo país

La clasificaciones de riesgo país son: A1, A2, A3, A4, B, C y D, en orden descendente. La clasificación de Australia es de A1, esto significa que el país tiene la clasificación más alta, es decir que tiene la capacidad para cumplir con sus compromisos financieros extremadamente fuerte.

Exportaciones e importaciones de Australia

Balanza comercial: expresado en millones de dólares

Año	Importaciones	Exportaciones	Saldo comercial
2010	188.740	206.705	17.965
2011	234.206	269.423	35.217
2012	250.465	256.242	5.777
2013	232.481	252.155	19.674
2014	227.544	240.444	12.900

Tabla 2: Balanza comercial Australia

Fuente: uncomtrade

Como podemos observar, en los últimos 5 años, Australia muestra un superávit en su balanza comercial.

A continuación se presentan las exportaciones e importaciones para la posición 080290.

Año	Importaciones U\$D	Exportaciones U\$D	Saldo comercial U\$D
2010	19.781.344	8.585.390	-11.195.954
2011	16.380.755	12.137.194	-4.243.561
2012	21.902.175	4.678.135	-17.224.040
2013	20.772.225	4.853.105	-15.919.120
2014	18.460.452	9.011.317	-9.449.135

Tabla 3: Exportaciones e importaciones de la posición 080290

Fuente: uncomtrade

Dado los números de las importaciones para la posición arancelaria 080290, podemos observar la importancia que tienen estas con respecto a las exportaciones. Esto demuestra que si bien es un sector desarrollado, aún no pueden autoabastecerse, por lo que necesitan traer al país este producto y poder satisfacer su mercado. El mayor monto de importación se dio en el 2012 con U\$D 21.902.175. La tabla muestra que en los últimos años se ha mantenido casi constante la entrada de nuez pecán al país, por otro lado las exportaciones en 2012 y 2013 tuvieron una gran baja con respecto al 2011 que se exportaron U\$D 12.137.194.

Para la posición arancelaria 080290, China fue el principal vendedor con un monto de U\$D 16.238.431

Régimen de importación

Aranceles

Los aranceles de importación está establecido en la “CustomsTariffAct 1995” de acuerdo a distintas categorías de bienes, basados en el Sistema de Código Armonizado de Descripción de Mercaderías (conocidas como HS por su sigla en inglés) En algunas circunstancias, son de aplicación derechos adicionales como el caso de medidas antidumping o compensaciones.

En términos generales, los aranceles de importación son bajos, con un promedio del 5%. En muchas posiciones existe un calendario de reducción de aranceles.

La “CustomsTariffAct” contiene, a su vez, un sistema generalizado de preferencias arancelarias (SGP) de origen bilateral o convencional y unilateral. En el primer grupo se encuentran Nueva Zelanda y Canadá; el segundo comprende a todos los países en desarrollo.

Las nueces, independiente de su procedencia, no están afectas a aranceles de importación. (Nogal), en la fuente no se especifica nueces pecan.

Barreras no arancelarias

Las nueces están libres del impuesto GST, siempre y cuando se importen en su forma natural. De ser importadas de forma procesada, ya sea ahumadas, tostadas, saladas u otro tipo de tratamiento, entonces el impuesto sí es aplicado.

El GST es un impuesto pagado por los importadores (impuesto indirecto) y equivale al 10% del valor total de la mercancía. Este impuesto debe ser tomado en cuenta

como referencia en cuanto al valor final de venta del producto en el mercado. El GST se aplica sobre los productos y servicios vendidos en Australia, incluyendo los productos importados. La gran mayoría de los productos básicos para consumo humano están libres de GST. Sin embargo es una obligación revisar cada producto individualmente para conocer su estatus, ya que algunos productos más elaborados pueden no estar libres de GST.

Documentación

El sistema aduanera australiano no exige a las personas físicas o jurídicas la posesión de una licencia de importación. No obstante ello, dependiendo del tipo de producto del que se trata se exigirá al propietario un permiso para obtener un despacho a plaza.

Es importante tener en cuenta que para muchos productos de origen animal y vegetal se requiere un permiso de importación expedido por el Servicio Australiano de Cuarentena y Servicio de Inspección. La política sanitaria australiana es muy estricta a la hora de autorizar el ingreso de commodities, los que solo podrán ingresar al mercado australiano si han estado sujetos al análisis de riesgo de importación que lleva a cabo “Biosecurity Australia”. Se trata de un proceso prolongado, con sucesivas rondas de consultas con autoridades estatales y de los territorios australianos, involucrando también a los sectores involucrados en cada caso.

La documentación mínima requerida para la liberación en aduana de los productos comprende el “Informal Clearance Document” (ICD) y la guía área o el conocimiento de embarque, junto con la factura y otros documentos relativos a la importación. El servicio de aduana no requiere la presentación de una factura comercial en particular, siendo aceptables aquellas facturas, conocimientos de embarques y recibos habituales. Estos documentos deben reunir la información necesaria para realizar la exportación del producto.

Los importadores están obligados a conservar por 5 años los documentos comerciales relativos a cada operación. El incumplimiento de esta obligación puede derivar en la aplicación de multas u otras penalidades

Barreras fitosanitarias:

Australia tiene uno de los regímenes de cuarentena (requisitos sanitarios y fitosanitarios a la importación) más estricto del mundo ya que, bajo las leyes australianas,

la importación de cualquier producto agroalimentario está prohibida salvo que se lleve a cabo un análisis excesivamente prolijo de posibles riesgos de los productos importados.

Inscripciones a cumplimentar por el producto:

En términos generales la etiqueta del producto es muy importante, ya que debe contener la información necesaria para la correcta identificación del proveedor y los ingredientes de cada producto junto con cualquier advertencia necesaria.

La información mínima a incluir es la siguiente:

- Nombre del producto (Debe ser específico ara el caso de los frutos secos)
- Lote de identificación
- Nombre y dirección del proveedor
- Instrucciones de uso y almacenamiento
- Fecha de elaboración y vencimiento del producto
- Información nutricional
- País de origen

Es importante recordar que para este mercado es de vital importancia utilizar etiquetado en un correcto inglés, que no permita interpretaciones erróneas acerca del producto o sus componentes.

Logística

Distancia entre Argentina-Australia: 12.704 km

Vías de acceso:

Dependiendo de la naturaleza del bien, e independientemente de su valor, puede que los propietarios tengan que obtener determinados permisos o cumplir con requisitos tanto sanitarios como técnicos.

La gran mayoría de los productos que se exportan a Australia lo hace por vía marítima y una pequeña cantidad por vía aérea. Los documentos necesarios para ingresar el producto son: factura comercial, packing-list, bill of lading, airwaybill, certificado de seguro, tratamiento de cuarentena, ICD (informal clearancedocument) y certificado de fumigación de los pallets si corresponde (paja o madera). Es importante mandar una copia de los documentos al importador australiano o al agente de aduanas, así como los originales mandados o negociados por el banco del exportador lo más rápidamente posible, pues los costos de almacén en Australia son bastante altos.

Principales puertos y aeropuertos

Puertos:

Australia posee una amplia infraestructura portuaria compuesta por más de 50 puertos para el manejo de su comercio exterior, de los cuales el Puerto de Melbourne, Puerto de Sydney, Puerto de Brisbane, Puerto de Adelaide, Puerto de Perth y Puerto de Fremantle concentran la totalidad del tráfico marítimo.

Aeropuertos:

Australia dispone de una amplia red de aeropuertos compuesto por 465 de los cuales 326 se encuentran con pistas pavimentadas, todo esto debido a la enorme distancia que lo separa del resto de los continentes. Por lo anterior, las capitales de todos los Estados tienen aeropuerto internacional; pero se consideran como los de mayor tráfico los de Sydney y Melbourne y aunque también son de gran importancia los de Perth y Brisbane para el transporte internacional de carga con otros destinos. Los aeropuertos mencionados se encuentran provistos de equipo suficiente para el cargue y descargue de mercancías, además sus instalaciones tienen la capacidad para el almacenamiento de carga seca, refrigerada y congelada. Estos terminales cuentan con buenas vías de acceso por carretera lo que facilita el traslado tanto de pasajeros como de carga.

Por las características de nuestro producto y la distancia entre los países no es recomendable realizar un envío vía aérea ya que los costos son demasiado altos y nuestro precio aumentaría quedando en una posición muy poco competitiva en cuanto a precio, además de que no podemos transportar mucha cantidad.

Mercado

Análisis del consumo de los australianos:

Australia dispone de importantes recursos económicos, tiene un elevado nivel de vida y una población que demanda productos con alto valor. Los productos saludables resultan atractivos para los australianos, y por tanto están dispuestos a pagar más por ellos. Teniendo en cuenta que la producción nacional no cubre todas sus necesidades, los consumidores son receptivos a los productos importados. La decisión de compra está determinada en Australia fundamentalmente por el factor precio. Sin embargo los productos "auténticos", los caros y de alta gama tienen cada vez mayor número de

compradores debido al creciente interés de los australianos por la calidad y también por el impacto que tienen los productos de moda gracias a los medios de comunicación y a la publicidad.

Los australianos tienen fama de ser grandes compradores. Su poder adquisitivo es particularmente elevado y ha aumentado en más de un 43% en 15 años. Los consumidores son exigentes y están cada vez más informados de las tendencias europeas. Los australianos están cada vez más preocupados por su salud y por el medioambiente. Por consiguiente, la demanda de productos alimentarios frescos y orgánicos aumenta y el mercado del medio ambiente y de productos que ahorran energía está también en auge.

Se puede observar que por la tendencia que tienen los consumidores australianos la nuez es una fruta seca que encaja perfecto con las disposiciones y requerimientos de estos, ya sea por su alto valor nutricional o por los beneficios que tiene para diversas enfermedades.

Reacondicionamiento del producto:

Al ser la nuez un producto que, sale de la planta y se puede comer no necesita ningún reacondicionamiento, solo ajustarse a los requerimientos del etiquetado para que tenga la información que disponen las leyes de este país.

Envases y embalajes:

El empaquetado debe ajustarse a la legislación nacional de prevención de riesgos a la salud del consumidor y de protección del medio ambiente, en especial con respecto al tratamiento de desechos. Los paquetes y paletas deben incluir un certificado de fumigación. Los paquetes en madera o material vegetal pueden ser sometidos a un control fitosanitario.

- Todos los productos ofrecidos al por menor en el mercado australiano deben incluir las informaciones en inglés.
- El uso del sistema métrico es obligatorio.
- La indicación “hecho en” es obligatoria y es controlada por Aduanas.
- Se debe indicar los valores nutricionales, colorantes y las normas.
- La mayoría de los productos terapéuticos, cosméticos, productos químicos, productos comestibles, bienes electrónicos, etc., están sometidos a requerimientos particulares de etiquetado (país de origen, entre otros).

Canales de distribución:

En la cadena de comercialización del producto alimenticio intervienen, en primer término, las figuras del importador y del trader, muchas veces una misma compañía. El producto llega al consumidor tanto a través de mayoristas (Wholesalers) como de minoristas (retailers). Una modalidad muy difundida entre las grandes tiendas y comercios especializados, en general con presencia en todo el país, es que importan directamente el producto que luego le venden al consumidor.

Disposiciones sobre marcas y patentes:

El régimen australiano de protección de la propiedad intelectual abarca: patente, marcas comerciales, diseños, derechos de autor, derechos sobre diseños de circuitos y derechos sobre entidades vegetales. A excepción del derecho de autor y derecho sobre diseños de circuitos, en los demás casos se requiere su registro como condición necesaria para obtener la protección que resulta de su titularidad. En casi todos los casos, la oficina responsable del registro es "IntellectualProperty Australia". La protección no es la misma en todas las categorías cubiertas, es por eso que a menudo resulta necesario su registro en más de una de ellas modo de asegurar la completa protección.

A continuación se proporciona una breve reseña de cada una de las categorías:

Patentes

Se otorga a todo tipo de inversión, sustancia, método o proceso que sea novedoso, inventivo y útil. El dueño de una patente tiene derecho exclusivo a explotarla comercialmente en su período de vigencia. Este derecho no es automático ya que requiere que su solicitud sea examinada de acuerdo a los criterios objetivos establecidos para su otorgamiento. Una patente ordinaria tiene una duración de 20 años y a partir del quinto año de ser otorgada debe pagarse una tarifa anual en concepto de mantenimiento.

Marca comercial

Comprenden logos, letras, números, frases, sonidos, imágenes, formas, aromas, embalajes o cualquier combinación de estos elementos. Si bien no es usual utilizar denominaciones geográficas o apellidos como marcas comerciales, es posible que quien los haya utilizado en el mercado por un período considerable pueda obtener su registro.

A pesar de no ser necesario el registro, es recomendable hacerla ya que confiere al titular el derecho exclusivo del uso, licencia y venta dentro de Australia de los bienes y servicios respectivos. El registro inicial de una marca comercial es por 10 años y puede ser renovada por iguales períodos abonando una tarifa.

Competencia

Competencia Nacional:

StahmannFarms

Contacto: Richard SampsonGenest, Director - Ventas y Marketing

Correo electrónico: richardg@stahmann.com.au

Competencia Internacional:

No se encuentran datos de exportadores internacionales hacia Australia de nuez pecan

Plan de acción recomendado

Australia es un país muy interesante para para comercializar la nuez pecán ofrecidas por COOPELIT, ya que presenta un marco muy beneficioso para la inserción de nuestro producto, sabiendo que exigen una alta calidad pudiéndola nosotros satisfacerla. Australia a pesar de tener una de las mejores plantaciones de nueces del mundo, hoy se encuentran con una demanda muy superior a la oferta y por ello es que importan gran cantidad de nueces. Nosotros podemos garantizar la calidad exigida por Australia, pudiendo llegar también a un precio competitivo y atractivo para que esté al alcance de todos. Esto se debe a que los australianos a la hora de comprar tienen en cuenta buen precio y buena calidad.

Otro tema a tener en cuenta es que tenemos preferencia arancelaria por ser un país subdesarrollado. Esto puede ser importante frente a otros países que no cuentan con estas ventajas y deben afrontar otros impuestos.

Análisis FODA: Coopelit en Australia

Fortalezas:

- Calidad y confiabilidad en los productos, cumplimentando con los requisitos pertinentes
- Tecnología de avanzada para distintos procesos de la nuez
- Infraestructura
- Entrega en tiempo y forma

Oportunidades:

- Alto consumo en Australia
- Nunca Argentina exporto a ese país y esa oportunidad está abierta para nosotros
- Diferenciación y precio
- Alimentación sana que proponen los consumidores australianos
- Preferencia arancelaria por SGP
- Mucha demanda de nueces
- Canales de distribución desarrollados
- Facilidad para negociar

Debilidades:

- Poco saldo exportable
- Personal no calificado en: comercio exterior, marketing, etc
- Desorganización entre los socios
- No tener un acuerdo bilateral con el país
- Poco trayectoria con respecto a nuestros competidores internacionales
- Falta de información sobre mercados exteriores
- Falta de experiencia en Comercio Exterior

Amenazas:

- Mucha rigurosidad para ingresar productos alimenticios
- Distancia entre países
- Empresas muy competitivas
- Ingreso de nuevos competidores
- Normas de seguridad al ingreso del país
- Tipo de cambio

Conclusiones

Hoy en día estamos inmersos en un mundo de los negocios totalmente cambiante y volátil, en el cual las empresas deben desarrollarse, perfeccionarse, estar a la vanguardia y pensar nuevas estrategias día a día para satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes cada vez mas exigentes y rigurosos para hacer posible que nuestros productos estén al alcance de dichos consumidores y despertar la necesidades o el deseo de ellos a que compren nuestros productos y no los de la competencia. Por ello, la importancia de la presencia en los mercados internacionales no es un detalle menos, sino que es muy importante, ya que te da un nivel de prestigio frente a otras empresas exportadoras de bienes y servicios.

Coopelit al ser una cooperativa tan joven no cuenta con esa trayectoria prestigiosa como tal vez si tienen nuestros competidores, (tanto nacionales como internacionales) pero lo que si tenemos en claro es que en estos 3 años de vida hemos tratado de posicionar la marca, de hacerla conocida y de garantizar 100% de calidad en el mercado interno. Sabiendo que tenemos un gran potencial a futuro que debe comenzar a desarrollarse de poco, con tiempo, paciencia y buenas prácticas comerciales.

Por ello, las nuevas necesidades de los mercados han despertado el interés de los socios en poder incursionar mercados en el exterior ya que es de suma importancia para el crecimiento y el prestigio de esta cooperativa que esta en pleno crecimiento.

Australia es un país muy interesante a la hora de hacer negocios ya que, aparte de tener como principal virtud encontrarse ubicado en el “top ten” de uno de los países mas fácil de hacer negocios en el mundo en un estudio realizado por el banco mundial, cuenta con un mercado altamente competitivo, y la posibilidad de acceso es muy probable debido a la gran demanda de nueces pecan. Es por ello que nuestro plan de acción está dirigido a ese país con la intención de que Coopelit logre expandirse.

También es importante tener en cuenta que, en el camino de internacionalización de una empresa, es primordial la participación en otros países como por ejemplo rondas

de negocios., misiones comerciales, entre otras, ya que son una fuente de captación de potenciales clientes, donde la empresa hace conocer sus productos a muchas empresas del rubro para así iniciarse en el largo y difícil camino de la internacionalización.

Por último, podemos decir que Australia es el país que más beneficios le encontramos para poder comercializar nuestro producto, pero también hacemos énfasis en la baja producción que hoy en día la empresa posee, que queremos decir con esto, que la única manera que encontramos de poder comercializar nuestro producto en Australia, es encontrar a un importador en el cual no nos exija grandes cantidades de nueces, esto se debe a la baja producción, que antes lo nombramos como una gran debilidad, sabiendo que si un importador nos pide grandes cantidades tendremos que decirle que no va hacer posible concretar la venta y eso va a ser contraproducente, por ello antes de ir a ofrecer nuestro producto a Australia, vamos a tener que buscar la manera de conseguir mayor cantidad de nueces, porque un no o un no cumplimiento en el exterior nos puede llevar a que ese prestigio que buscamos sea negativo y no poder incursionar mas en ese país. Aunque estamos confiados que con nuestro potencial se va a lograr satisfacer este mercado.

Bibliografía

Libros:

- Dei, H. Daniel. “La Tesis: Cómo orientarse en su elaboración”. Prometeo Libros, 2006.
- Sabino, Carlos A. “Cómo hacer una Tesis y elaborar todo tipo de escrito”. Lumen-Hvmanitas, 1998.
- Scavone, Graciela M. Cómo se escribe una Tesis. La Ley, 2006.

Artículos web:

- D’Alessio. Mariana Publicado en Diciembre 2014. Disponible en www.ucar.minagri.gob.ar
- Prochile. Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Australia. Publicado en mayo de 2013. Disponible en www.prochile.gob.cl/estudiosdemercado

Sitios web:

- Banco mundial www.boncomundial.org
- Cluster de la nuez pecán <http://www.cappecan.com.ar/>
- Estadísticas <http://comtrade.un.org/data/>
- Internacionalización www.foodstandards.gov.au/code
- Nosis, Investigación & Desarrollo www.nosis.com
- Santander Trade Portal: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/Australia>
- United States Department of Agriculture (USDA) <http://www.usda.gov/>