



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

Trabajo Final de Carrera Título:

*Exportación a Estados Unidos de cadenas a rodillo para maquinaria
agrícolas de la Empresa CRC (PICP)*

Alumno: Virginia Agusti Virginiaagusti20@gmail.com

Tutor de Contenidos: Dra. Elsa Marinucci

Tutor Metodológico: Mg.Lic. Ana María Trottini

Diciembre 2018

ÍNDICE

	Página
Introducción.....	4
<u>Capítulo I: Análisis de los mercados externos</u>	
Región seleccionada.....	6
Producto.....	8
Antecedentes de la empresa.....	10
Análisis FODA.....	11
Análisis de las cinco fuerza Michael Porter.....	13
Inserción en el mercado elegido.....	14
<u>Capítulo II: Análisis del sector seleccionado</u>	
Sector seleccionado “Agropartista”.....	26
Determinantes de Porter en Argentina para el sector Agropartista.....	27
Función del transporte.....	20
Medios de transporte.....	23
<u>Capítulo III: Estrategias de comercialización internacional</u>	
Alternativas de ingreso al mercado analizado.....	34
Plan de internacionalización.....	37
Propuesta para el proyecto de internacionalización.....	39
Gestión logística.....	39
<u>Conclusión</u>	47
<u>Anexos</u>	49
<u>Bibliografía</u>	54

INTRODUCCIÓN

CRC es una empresa ubicada en la ciudad de Las Parejas provincia de Santa Fe, dedicada al diseño, fabricación, servicio y venta de Cadenas a rodillo para maquinaria agrícola.

En los último incorporó nuevos procesos tecnológicos, tal como el tratamiento térmico, para lograr diferenciarse de los competidores y así ocupar una mayor porción del mercado.

Su objetivo es lograr la plena satisfacción del cliente brindando un producto con una excelente calidad garantizada por las normas ISO sin restarle atención a los factores medioambientales.

Para atender un nuevo mercado extranjero, es necesario realizar una investigación de mercado teniendo en cuenta diferentes aspectos, como clientes, competidores, recursos necesarios para su fabricación, capacitación, costos, documentación y otros temas de interés que serán abordados a lo largo del proyecto.

CAPITULO I

ANÁLISIS DE MERCADOS EXTERNOS

Región seleccionada

La región que seleccionamos para destinar, cadenas a rodillo para maquinaria agrícola de la empres CRC, modelo CA-55-48-8-C6E, es la región de Norteamérica, donde se encuentra el bloque económico NAFTA integrado por los países de Estados Unidos, México y Canadá. La razón es que tanto México como Estados Unidos son los principales importadores del producto en cuestión debido a que gran parte de sus economías se deben a la agricultura y porque son países confiables y estables en cuanto a aspectos políticos y económicos, lo que no representaría un riesgo a la hora de hacer negocios.

NAFTA es uno de los bloques económicos más distinguidos mundialmente, su propósito es que todos los productos originados dentro del territorio del bloque estén libres de las tasas arancelarias, teniendo como último fin reducir los obstáculos administrativos para exportadores, importadores y productores que realicen actividades comerciales en el marco del Tratado. Gracias al acuerdo se facilitó la inversión transfronteriza, normas fitosanitarias, cooperación en materias de medio ambiente y laborales y establece además un procedimiento de resolución de controversias y de consulta. Tanto Canadá, como México tienen una alta participación en el comercio agrícola internacional, y al ser socios comerciales abarcan grandes cantidades de las exportaciones e importaciones de cada país. Los efectos provocados por tal tratado tuvieron un impacto muy positivo en Estados Unidos pues significó una posibilidad para mejorar su calidad de trabajo y poder adquisitivo de sus habitantes al aumentar la capacidad comercializadora y productora; el intercambio comercial que poseía con sus limítrofes se duplicó y contribuyó de esta forma con el crecimiento de México como nación exportadora.

Hoy día el bloque tiene un reto para los próximos 20 años, el cual es asegurarse de

consolidarse como el bloque más competitivo para afrontar economías como China; pues ya eliminaron todos los aranceles pero aún quedan barreras técnicas y disminuir costos de transacción, debiendo fortalecer un régimen regulatorio común entre los tres países.

Dentro del bloque, escogimos a Estados Unidos como el país destino, por lo que a continuación mostramos unos cuadros que indican las cifras de comercio exterior en los últimos años para observar cómo fue desarrollando su desempeño en esta actividad.

En general, el país redujo sus barreras comerciales y coordina con otros el sistema económico mundial. Históricamente, Estados Unidos es un país convencido de que el comercio promueve el crecimiento económico, la estabilidad social y la democracia en naciones individuales, y que promueve a buenas relaciones internacionales. Pero estos principios son cuestionados por el presidente Donald Trump. A principios de 2018, Trump declaró que Estados Unidos impondría aranceles elevados a las importaciones de acero y aluminio, lo que generó grandes tensiones con China y otros socios comerciales, y haciendo pensar que se elevarán los precios para los consumidores americanos y las empresas. Al mismo tiempo, se llevan a cabo negociaciones adicionales de revisión del NAFTA.

Es el primer importador y el segundo exportador mundial de bienes, así como el primer importador y exportador mundial de servicios comerciales. Sin embargo, el comercio representa tan solo 27% de su PIB. La balanza comercial de Estados Unidos es estructuralmente deficitaria, y en los últimos años el déficit ha vuelto a empeorar. En términos generales, acumuló 862.700 millones USD de déficit comercial en 2017, cifra que creció 8,1% con respecto a 2016 (25% en comparación con 2010) y exportó 1,54 billones USD de bienes en 2017 (un alza de 6,6% con respecto a 2016).

Los principales productos exportados son, el petróleo refinado, vehículos, partes y accesorios de automóviles, circuitos electrónicos integrados y teléfonos móviles. Los principales socios comerciales fueron, Canadá, México, China y Japón.

El valor total de las importaciones en 2017 se elevó a 2,43 billones. Los productos importados de mayor valor en 2017 fueron vehículos, petróleo crudo, aparatos de telefonía, computadores y partes de automóviles.

Estados Unidos importa sobre todo desde China, México, Canadá y Japón.¹

Indicadores de comercio exterior	2012	2013	2014	2015	2016
Importación de bienes (<i>millones de USD</i>)	2.336.524	2.329.060	2.412.547	2.307.946	2.251.351
Exportación de bienes (<i>millones de USD</i>)	1.545.703	1.579.593	1.620.532	1.504.914	1.454.607
Importación de servicios (<i>millones de USD</i>)	424.152	438.366	453.265	469.110	503.053
Exportación de servicios (<i>millones de USD</i>)	633.576	664.948	690.127	690.061	752.411
Importación de bienes y servicios (<i>crecimiento anual en %</i>)	2,2	1,1	4,5	5,0	1,3
Exportación de bienes y servicios (<i>crecimiento anual en %</i>)	3,4	3,5	4,3	0,4	-0,3
Importación de bienes y servicios (<i>en % del PIB</i>)	17,1	16,6	16,5	15,4	14,7
Exportación de bienes y servicios (<i>en % del PIB</i>)	13,6	13,6	13,6	12,5	11,9
Balanza comercial (<i>millones de USD</i>)	-741.172	-702.243	-751.493	-761.855	-752.505
Balanza comercial (incluyendo servicios) (<i>en % del PIB</i>)	-536.773	-461.875	-490.334	-500.446	-504.794
Comercio exterior (<i>en % del PIB</i>)	30,9	30,7	30,2	30,1	28,1

¹ Santander Río, disponible en: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/cifras-comercio-exterior>

1.545,6 miles de mills. USD de productos exportados en 2017		2.407,4 miles de mills. USD de productos importados en 2017	
Aceites de petróleo o de mineral bituminoso	5,0%	Automóviles de turismo y demás vehículos autom...	7,5%
Automóviles de turismo y demás vehículos autom...	3,5%	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	5,8%
Partes y accesorios de tractores, vehículos...	2,9%	Aparatos emisores de radiotelefonía,	4,8%
Circuitos integrados y microestructuras electric...	2,5%	Máquinas automática para tratamiento o...	4,0%
Aparatos emisores de radiotelefonía, radio telegraf...	2,2%	Partes y accesorios de tractores, vehículos autom...	2,8%
Máquinas automática para tratamiento o...	1,8%	Medicamentos contituídos por productos mezclados...	2,7%
Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía...	1,7%	Aceites de petróleo o de mineral bituminoso	2,0%
Aceites de petróleo o de mineral bituminoso	1,5%	Circuitos integrados y micro estructuras electrónicas y sus partes	1,4%
Gas de petróleo e hidrocarburos gaseosos	1,5%	Vehículos automóviles para transporte de mercanc...	1,1%
Habas porotos, frijoles, fréjoles de soja soya,...	1,4%	Sangre humana, sangre animal preparada para usos...	1,1%

Fuente: Página de Santander Río

Producto

El producto seleccionado son cadenas a rodillo para maquinaria agrícola las cuales tienen como posición arancelaria 7315.11.00 990 Y “Cadenas a rodillo, de función, hierro o acero, LAS DEMÁS”.

Como es un producto de venta industrial, es decir, que no es de consumo masivo, los canales de distribución pueden ser o la venta directa a empresas o a distribuidoras. La comercialización de los productos de importación puede efectuarse a través de agentes que compran por su cuenta, aceptando la total responsabilidad de las operaciones, incluyendo especificaciones técnicas, precios, stocks y distribución. A su vez, se encuentran los agentes o representantes que trabajan normalmente con pedidos transmitidos al fabricante. En este caso, la facturación se efectúa directamente al cliente.

Características del producto seleccionado dentro del sector seleccionado

De entre los distintos modelos de cadenas que ofrece la empresa, el elegido fue la cadena CA-555-48-8-C6E, la cual es utilizada para los cabezales maiceros.

Sus principales características son:

- Dureza
- Resistencia
- Poco estiramiento

El material con el que se elabora se trata de aceros especiales, es decir, acero de mediano y alto carbono, que al tratarlos térmicamente adquieren la dureza y resistencia necesaria para poder soportar el trabajo de fricción y tracción que realizan al estar en funcionamiento; estas cadenas específicamente poseen un cierto tratamiento que permite que su calidad sea mayor, por lo que los pernos se desgastan en menor cantidad evitando que la cadena se estire y deje de servir.

La vida útil de estas cadenas depende del uso que se le dé y de las hectáreas, pero en promedio duran entre 3500 a 4500 hectáreas.

En cuanto a la competencia existen cuatro empresas reconocidas las cuales son

Rexnord, Link-Belt, Diamond y Martin Sprocket & Gear Inc, pero a pesar de ello los precios argentinos hoy en día resultan competitivos con la cadena americana, y como los americanos son abiertos a productos nuevos extranjeros esto resulta conveniente para la empresa. El verdadero obstáculo lo representan las cadenas chinas, que si bien no poseen la misma calidad, resultan ser muy competitivas en cuanto a precios. Otro dato a tener en cuenta es que los principales países a quien Estados Unidos compra son Japón en primer lugar, seguido de China y Alemania.

Analizando las tendencias de consumo del producto bajo estudio se buscan aquellos que sean resistentes y de buena calidad, ya que es un producto que sufre mucha tensión y tracción por el uso que se le da provocando que se desgaste fácilmente. Esto se debe a que son utilizadas para transmitir potencia mecánica de forma eficiente y con sincronismo de velocidad angular entre los elementos vinculados en las máquinas agrícolas, donde dependiendo del tipo de cadena se le dará una función particular, como la cadena maicera, de noria, entre otras.

Pasando a las restricciones y requisitos de acceso existe un órgano que forma parte del Departamento de Seguridad Interior de Estados Unidos, el cual es el Servicio de Aduanas y Protección de Fronteras (CBP), que desde el 2003 exige la transmisión electrónica anticipada de información sobre la carga que llega o sale y prevén distintas fechas de entrada en vigor en función del transporte. El artículo 2013 de la Ley de Seguridad Portuaria (SAFE) prevé la elaboración de un reglamento para exigir la presentación de datos adicionales para reforzar el procedimiento para determinar altos niveles de riesgo, debiendo facilitar información apropiada en materia de seguridad antes de que las mercaderías se carguen en buques con destino a Estados Unidos. También está la Iniciativa sobre Seguridad de los Contenedores y de Carga(CSI y SFI) , cuyas disposiciones se basan en la Ley de Seguridad Portuaria de 2006 y tiene por objetivo reforzar la seguridad después de los atentados del 11 de septiembre mediante la adopción de un procedimiento de inspección previa de las mercancías en los puertos extranjeros don de CBP examina la información previa a la expedición a fin de identificar la carga que presente un riesgo elevado y requiere de un proceso de detección de radiaciones y escaneo en los puertos extranjeros; posteriormente colabora con los agentes extranjeros encargados

de hacer cumplir la ley para inspeccionar o escanear la carga antes de su expedición a los Estados Unidos.

En cuanto al producto en particular no se poseen prohibiciones de ningún tipo por lo que la exportación puede ser efectuada sin problemas. Lo que si puede resultar un problema si no se cuenta con las normas ISO internacionalmente aceptadas de control de calidad en el proceso producto son las reglamentaciones técnicas. En 2013 los Estados Unidos presentaron 269 notificaciones de obstáculos técnicos al comercio; los organismos federales de reglamentación que presentaron el mayor número de notificaciones relacionadas con el comercio internacional están el Departamento de Energía (DOE), la Administración de Productos Alimenticios y Farmacéuticos (FDA), la Agencia de Protección del Medio Ambiente (EPA), el Departamento de Transporte (DOT), el Departamento de Agricultura (USDA), la Comisión de Inocuidad de los Productos de Consumo (CPSC) y la Comisión Federal de Comercio (FTC). En cuanto a los aranceles, este tipo de producto se encuentra liberado para aquellos países con los que Estados Unidos posee acuerdos, y para los que no se exige un arancel del 40%.

Antecedentes de la empresa

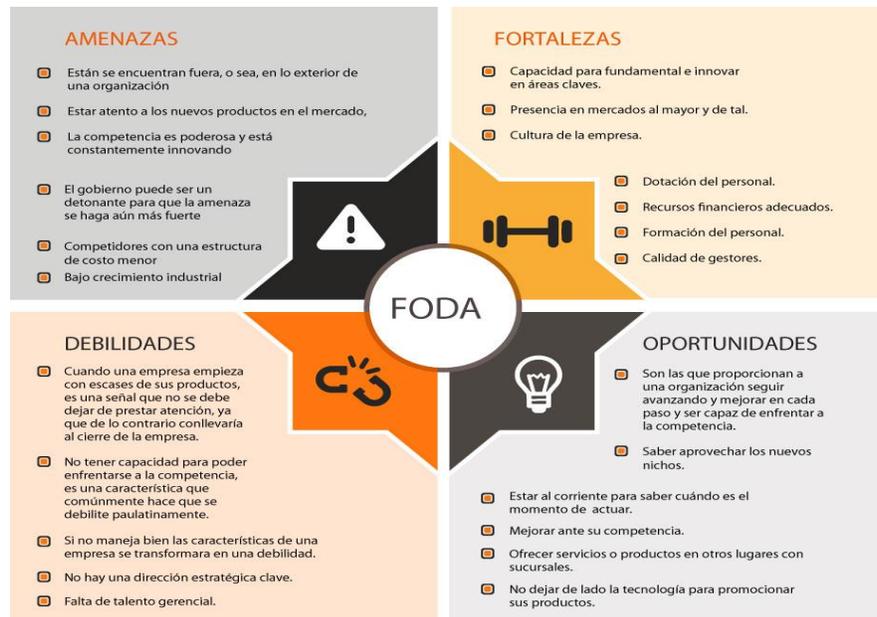
- Nombre de la empresa: CRC Cadenas a Rodillo
 - Domicilio: H.Irigoyen 406, Las Parejas, Santa Fe, Argentina
 - Actividad de la empresa: fabricación comercialización de cadenas a rodillo
 - Productos: los productos elaborados por la empresa son las cadenas agrícolas, industriales y especiales; la línea de cadenas agrícolas son: Cadenas para norias, cadenas para acarreadores, cadenas para carros forrajeros, cadenas maiceras y cadenas especiales.
 - Clasificación arancelaria del producto elegido para colocar en el mercado de Estados Unidos: 7315.11.00 990 Y “Cadenas a rodillo, de función, hierro o acero, LAS DEMÁS”.
- Actividad en comercio exterior: la empresa en ocasiones anteriores, cuando formaba parte de Kadae, ha realizado dos exportaciones pequeñas a Chile y a Bolivia y por cuatro

años estuvo vendiendo a Uruguay que para lograrlo se realizaron varios viajes al país para ganar clientes, pero debido a los cambios del tipo de cambio se cesó con las ventas pues se había dejado de ser competitivo. Luego de eso no se continuó indagando sobre las actividades internacionales con respecto a las exportaciones.

Pero sí, la empresa realiza una vez por año importaciones de bujes y rodillos provenientes de Taiwán y también comenzó a importar ciertos tipos de cadenas chinas para contar también con una línea de menor calidad.

Análisis foda

De acuerdo a la información recabada sobre Estados Unidos podemos rescatar ciertas oportunidades e identificar ciertos riesgos que representaría entrar a este mercado. Este análisis se llevará a cabo a través de la herramienta conocida como FODA.



www.Análisisfoda.com

Fortalezas:

Continuo crecimiento: Desde sus inicios hasta el momento, la empresa ha crecido y se ha enfocado en mejorar sus productos y generar mayor confianza con sus clientes.

Mejoras en los productos: una vez alcanzado un determinado nivel de

reconocimiento y calidad de la marca CRC la empresa ha buscado mejorar los precios para poder mantenerse competitivos en el mercado pero sin bajar el nivel que ha ofrecido desde siempre.

Conocimiento: Argentina al ser un país agro, posee la gran ventaja de poder conocer a la perfección nuestro suelo, las maquinarias y las necesidades que exigen, por lo tanto tenemos la oportunidad de aconsejar que cadena es la indicada en cada caso y anticiparse a cualquier acontecimiento que ocurra en el campo.

Oportunidades

Mercado extranjero: poder insertarse en mercados extranjeros presenta una gran oportunidad de expansión y crecimiento para la empresa. Exportar a Estados Unidos es una estrategia de expansión, debido a que, los consumidores americanos son abiertos y aceptan productos nuevos y extranjeros.

También, es un país a favor del comercio e intercambio de bienes y servicios entre los distintos países donde se comparten acuerdos bilaterales que promueven y facilitan el comercio entre ambos; también es interesante que Estados Unidos se maneje con el Sistema de la Nación Más Favorecida de la OMC, en donde se le otorga a países en vía de desarrollo y con dificultades como lo es nuestro país, preferencias arancelarias con porcentajes de aranceles más amigables. En cuanto a la cuestión de la alta exigencia de calidad de los productos por parte de los consumidores, no representaría ningún problema para la empresa pues cuenta con una gran calidad y los certificados ISO que abalan la normalización de sus procesos productivos; además los precios de la empresa resultan competitivos con las cadenas americanas. Tampoco el producto posee prohibiciones o complicaciones a la hora de ingresar al país.

Importaciones: la apertura de las importaciones facilita el poder incorporar los insumos necesarios para poder abaratar los costos de las cadenas.

Construcción de un galpón propio: el último año se ha adquirido una propiedad en el centro industrial de Las Parejas en la cual se tiene pensado construir su propio galpón. Por lo que los nuevos créditos que se están otorgando presentan una gran oportunidad para hacerlo.

Contactos en el extranjero: debido a proyectos anteriores la empresa cuenta con un

importante contacto dentro de los Estados Unidos que sirve como fuente de información y representa una mayor facilidad para insertarse en este mercado.

Debilidades

Publicidad: La inversión en publicidad y marketing es escasa, lo que nos limita a nuevas oportunidades.

Personal: Al tratarse de una PYME familiar se presentan las típicas complicaciones de una falta de formalización y estandarización en los procedimientos y en la comunicación.

Amenazas:

Importaciones: La apertura de las importaciones como son una oportunidad para la empresa, también son una amenaza, ya que al ser reciente los cambios de decisión políticos, no hay medidas que nos protejan o limiten a empresas extranjeras. Por lo que nos vemos amenazados con el libre ingreso de cadenas chinas.

Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter.

También es necesario realizar este análisis para determinar cuan competitivo es el entorno en el que la empresa pretende insertarse y a partir de allí desarrollar estrategias para enfrentar tales presiones. Estas cinco fuerzas son:

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores**: este tipo de amenazas depende fuertemente de las barreras de entrada que posee el mercado, y dependiendo del grado de las mismas la inserción al mercado competitivo por parte de estos competidores potenciales tendrá una mayor o menor posibilidad de ocurrencia, dentro de estas barreras tenemos el requerimiento de capital, acceso a los canales de distribución, ventajas de los costos independientes, economías a escala, posibles represalias, diferenciación y requerimiento de capital.

- **Poder negociador de los proveedores**: el poder de los proveedores aumenta cuando los costes de cambio son altos, cuando no existe el riesgo de alternativas, cuando la marca del proveedor es grande, cuando su producto es indispensable para el comprador,

o cuando exista la posibilidad de una integración hacia adelante.

- **Poder negociador de los compradores:** este poder aumenta cuando existe una gran cantidad de proveedores del mismo producto, cuando lo que se compre al proveedor representa una gran parte de la estructura de costos del comprador por lo que éste siempre buscará el menor precio, cuando los costos de cambio son bajos y no representa riesgos, cuando existan productos alternativos y cuando exista la posibilidad de una integración hacia atrás.

- **Productos sustitutos:** son productos que satisfacen las mismas necesidades y se convierten en un problema cuando éstos aportan un mayor valor o cierta diferenciación, lo que lleva a una rebaja de precios, lo que a su vez genera una reducción en los márgenes de ganancia.

- **Rivalidad entre competidores actuales:** se trata del grado de competencia que se tiene con los competidores directos, es decir aquellas empresas que fabrican los mismos productos que uno.

Inserción en el mercado elegido

El siguiente paso es analizar si es necesario o no modificar el producto para insertarse en el mercado elegido.

La empresa cuenta con cuatro opciones básicas para ello, una es vender el producto tal y como lo vende en el mercado nacional, otra es modificarlo según los requerimientos del país o región destino, otra es diseñar nuevos productos para los mercados extranjeros y la última es incorporar todas las diferencias en un nuevo diseño e introducir un producto global.

En el caso de las cadenas agrícolas se utilizaría la opción uno, pues las cadenas tienen un modelo estándar para cada maquinaria que se utiliza a nivel internacional, es por ello que el producto no necesita ningún tipo de modificación, lo único que se requiere es el cumplimiento de la norma ISO 9001 que es aquella que asegura el proceso de normalización de calidad de la cadena.

Es importante saber cuáles de todos los productos que ofrece una empresa es el que puede constituir una oferta exportable, en el caso de CRC las cadenas maiceras CA-55-48-

8-C6E es el producto con mayor capacidad productiva, pues es el más pedido debido a la función que posee. Las cadenas maiceras se colocan en el cabezal maicero el cual se encarga de extraer los granos de maíz del campo, debido a esto sufren mayor desgaste que cualquier otro tipo de cadena y por ello se requiere una mayor rotación que las demás. Igualmente las cadenas de CRC cuentan con una gran calidad, lo que les permite durar una mayor cantidad de campañas que en el caso de las cadenas chinas que si bien son más baratas se desgastan con mayor rapidez, por lo que la empresa cuenta con una gran diferenciación que puede servirle en el mercado americano donde se busca la excelencia de los productos.

El envío de estas cadenas se realiza en cajas palletizables de madera con medida de 95x 95 x 90 cm, estas cajas están preparadas para colocarse dentro del contenedor sin necesidad de utilizar pallets, de allí su nombre. Dentro de un contenedor de 20', cuyas medidas son 5,9 x 2,34 x 2,4 m entran 24 cajas palletizables con 270 cadenas envueltas en bolsas de nylon en cada caja, las cuales tienen un peso de 3,8 kg por unidad, pero en este caso se realizará una venta de 21 cajas, con un total de 5760 cadenas.

Canal de comunicación

En cuanto a la comunicación recomendamos utilizar la fundación ExportAR y aprovechar las misiones comerciales que se realizan en el país y así fomentar la empresa y aprovechar todas las posibilidades de publicidad posibles. También se recomienda que se asista a las ferias como la Farm Progress Show, pues esto representa una gran oportunidad para publicitar el producto y ganar una mayor cantidad de clientes.

Elección Canal de Distribución

Determinamos que el mejor método de distribución acorde a la naturaleza de nuestro producto es exportando a importadores mayoristas, ya que el producto no se comercializa directamente al público al no ser un producto masivo, si no que va directamente a fabricas, dueños de fábricas y casas de repuesto, ya que es un producto industrial.

Estrategia de precios

Una estrategia de precios es un conjunto de principios, directrices y limites

fundamentales para la fijación de precios inicial y a lo largo del ciclo de vida del producto, con lo que se pretende lograr los objetivos que se persiguen con el precio, al mismo tiempo que se mantiene como parte de la estrategia de posicionamiento general. El mismo está determinado por el costo objetivo, que determina diseñar un precio rentable para el mercado teniendo en cuenta la utilidad y el segmento del mercado objetivo.

Según expertos en temas de marketing, existen diversas estrategias de precios, pero en nuestro caso la estrategia elegida será la de precios de penetración; la misma consiste en fijar un precio inicial bajo para conseguir una inserción más rápida y eficaz, esto se debe a que en el mercado americano se encuentran las cadenas chinas que poseen un bajo precio, es por ello que no se puede poner un precio alto porque sino estas cadenas nos dejarían fuera de competencia.

En este punto buscamos analizar el entorno económico, comercial y financiero, el mercado en general y el entorno para inversiones extranjeras para evaluar el potencial de este país para la inserción de empresas argentinas.

En cuanto a los aspectos políticos pertinentes, Estados Unidos es una república federal basada en la democracia representativa y se compone de 50 estados semisoberanos con gran autonomía donde el presidente es el Jefe de Estado y cabeza del gobierno y rige por un período de 4 años. Sus principales partidos políticos son el partido demócrata, progresista en el plano social y favorece la intervención del gobierno para regular la economía del mercado; y el partido republicano, actual forma de gobierno, el cual es conservador en el plano social, defiende el capitalismo liberal e insiste en la defensa nacional.

El órgano del poder ejecutivo encargado de coordinar la elaboración y ejecución de la política comercial del país es la oficina del representante de los Estados Unidos para las cuestiones comerciales internacionales que depende de la oficina ejecutiva del presidente; éste ejerce sus funciones por un mecanismo interinstitucional de política comercial compuesto por el Grupo de Examen de la Política Comercial (TPRG) y el Comité Técnico de Política Comercial (TPSC); y también está el Consejo Económico Nacional (NEC), el cual es un órgano interinstitucional de rango ministerial que coordina la política relativa a

cuestiones económicas tanto nacionales como internacionales con la participación del presidente. Otros órganos también contribuyen con estas cuestiones, como lo son los Departamentos de Agricultura, Comercio, Trabajo, Estado y del Tesoro. Durante el último tiempo, la política comercial se concentró en la importancia del comercio para promover la generación de empleo y crecimiento económico, abriendo mercados a través del comercio e inversión; dentro de las prioridades fijadas para el período 2013-2014 se centraron en iniciativas a nivel nacional, multilateral, bilateral y regional encaminadas a alcanzar las metas de la Iniciativa Nacional de Fomento de las Exportaciones (NEI), continuar las negociaciones sobre el Acuerdo de Asociación Transpacífico y concluirlo, poner en marcha el Acuerdo Transatlántico de Comercio e Inversión, encabezar en la OMC iniciativas creativas y eficaces de apertura de mercados, observancia de las normas y lucha contra el proteccionismo, luchar contra los obstáculos no arancelarios al comercio e inversión, ampliar oportunidades comerciales a través de la integración económica regional y promover una política comercial que reflejara los valores estadounidenses. Además de estas prioridades comerciales específicas destacan también la importancia de respetar los derechos comerciales, mejorar las relaciones en materia de inversión y luchar contra la pobreza promoviendo el crecimiento económico a través del comercio y desarrollo.

Estados Unidos cuenta con una gran cantidad de acuerdos comerciales regionales, dentro de ellos tenemos el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA), como hemos nombrado anteriormente que lo alianza con México y Canadá, que tiene una cobertura de mercancías y servicios; el Acuerdo de Libre Comercio República Dominicana-Centro América-Estados Unidos(CAFTA-DR) que también tiene una cobertura de mercancías y servicios; Estados Unidos-Australia, Estados Unidos- Bahrein; Estados Unidos-Chile; Estados Unidos-Colombia; Estados Unidos-Israel; Estados Unidos-Jordania; Estados Unidos-Marruecos; Estados Unidos-Omán; Estados Unidos-Panamá; Estados Unidos-Singapur; y también están negociando el Acuerdo Transatlántico de Comercio e Inversión con la Unión Europea y el Acuerdo de Asociación Transpacífico con un grupo de países de Asia, el Pacífico y las Américas aunque todavía no se han concluido.

En cuanto a las relaciones diplomáticas con Argentina, Estados Unidos las estableció en 1823 después que Argentina se independizara de España. La relación bilateral entre Estados Unidos y Argentina está basada en los intereses compartidos que incluyen ciencia y tecnología, educación, comercio, la paz y estabilidad regional, la no- proliferación, intercambio cultural, derechos humanos e inclusión social; donde el gobierno argentino comparte los objetivos estadounidenses de seguridad nacional e internacional. La cooperación entre ambos países incluye iniciativas de ciencia y tecnología en los campos del espacio, los usos pacíficos de la energía nuclear, la investigación agrícola y la biotecnología, la medicina y el medio ambiente. La primera reunión bilateral de ciencia y grupo de trabajo conjunto de tecnología se llevó a cabo en 2010; una reunión de seguimiento se llevó a cabo en 2014. En 2011, firmaron un acuerdo sobre la utilización pacífica del espacio exterior, y en 2015 la NASA y la Agencia Espacial Argentina (CONAE) firmaron un acuerdo bilateral relacionada con heliofísica, y también tienen un grupo de trabajo binacional de energía.

Las exportaciones estadounidenses a la Argentina incluyen maquinaria, petróleo, químicos orgánicos, y plástico, y las importaciones argentinas a los Estados Unidos incluyen combustible mineral y petróleo, aluminio, vino, productos de hierro y acero, y alimentos elaborados. Los dos países han firmado un tratado bilateral de inversiones, y más de 500 compañías estadounidenses están entre los principales inversores en el país con cerca de \$ 20 mil millones invertidos en la Argentina para el año 2017. La inversión directa en la Argentina, es principalmente en la industria y la agricultura, los recursos naturales, las finanzas, y los servicios. En 2007, los Estados Unidos y la Argentina modernizaron el acuerdo bilateral de aviación civil para actualizar seguridad y protección y proveer más vuelos frecuentes entre los dos países, permitiendo el incremento de volúmenes de viajes de turismo y de negocios. Además ambos países son participantes activos en muchas de las mismas organizaciones y foros internacionales, incluyendo las Naciones Unidas, la Organización de Estados Americanos, la Agencia Internacional de Energía Atómica, el G-20, y la Organización Mundial del comercio.

Hablando ahora del panorama económico estadounidense, EEUU posee la primera economía del mundo, delante de China. La economía creció 2,3% en 2017, por sobre la

cifra de 1,5% de 2016. Este crecimiento fue ralentizado en parte por un alza de las importaciones en el último cuarto del año (fue la mayor alza de las importaciones en siete años). El gasto de los consumidores, que representa más de dos tercios de la actividad económica de EEUU, creció continuamente en 2017, y debiera mantener esta línea gracias al aumento de la riqueza de los hogares, al repunte bursátil y el alza del valor de la vivienda, los recortes fiscales y el crecimiento de los salarios. Sin embargo, la disminución de los ahorros puede ser un tema de preocupación. Para el año 2018, los economistas anuncian un crecimiento del PIB de 2,3-3%, impulsado en parte por un dólar debilitado, precios petroleros más elevados y una economía global fortalecida. El año 2017 estuvo marcado por el primer año de gobierno del republicano Donald Trump.

En su primer año, firmó una orden ejecutiva que congeló el ingreso de refugiados y prohibió temporalmente la entrada a EEUU de personas de siete países en mayoría musulmana. Anunció que EEUU se retiraría del Acuerdo de París de 2015 (que busca mitigar los efectos del cambio climático). Trump obtuvo su primera victoria legislativa firmando la mayor reforma del sistema fiscal de EEUU, que incluye un recorte del impuesto sobre sociedades (que pasó de 35% a 21%), al igual que un recorte a la franja alta del impuesto personal. La deuda pública sigue siendo elevada (por sobre 20 billones USD y cerca de 105% del PIB) y debiera seguir creciendo. De hecho, a principios de 2018 la administración de Trump emitió una propuesta de presupuesto federal de 4,4 billones USD para 2019, centrada en un mayor gasto militar y la política migratoria. El presupuesto muestra un déficit para 2019 de 984.000 millones USD. La tasa de inflación fue de 2,1% en 2017 –un alza de 1,3% con respecto al año anterior. En 2017, la tasa de desempleo cayó a su cifra más baja en 17 años: 4,4%. Sin embargo, si se contabiliza a los trabajadores desalentados que dejaron el mercado laboral, y aquellos que efectúan trabajos de medio tiempo, la tasa de desempleo sobrepasa 10%.²

²Santander Río Portal Trade, consultado el 07/10/2018, disponible en:
<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>

Los niveles de desigualdad económica y social han aumentado constantemente desde los años 1980, llegando a sus niveles más altos:

Estados Unidos sigue teniendo uno de los sectores manufactureros más importantes, donde las principales ramas son el petróleo, el acero, automóviles, maquinaria de construcción, la industria aeroespacial, maquinaria agrícola, telecomunicaciones, productos químicos, electrónica y la industria alimentaria.

Tras haber logrado estabilizarse y haber alcanzado tasas de crecimiento positivas en los últimos tres años, la economía estadounidense está en condiciones de seguir creciendo, a raíz de esto la OMC estima que el PIB aumentará entre un 2,6% y un 3,3% en un período que comenzó hace dos años y terminará en 2017 y que la tasa de desempleo seguirá bajando hasta un 5,4% en el mismo año. También se estima que al largo plazo la tasa global de inflación medida por el IPC será del 2,3% anual.

El sistema bancario norteamericano es uno de los más reglamentados del mundo y se divide en dos tipos de bancos básicos, los nacionales y los estatales, regidos por legislaciones diferentes. Este sistema se controla a través de la Reserva Federal, la cual es una entidad del gobierno que funciona bajo el procedimiento operativo relativo a los Bancos Centrales. La moneda oficial estadounidense, como todos conocemos, es el dólar americano, el cual es una de las divisas más utilizadas en el comercio exterior; en cuanto a tipo de cambio, el cual es esencial y de suma importancia en esta área, actualmente 1 USD es igual a 37,30 pesos argentinos³.

En cuanto a las inversiones extranjeras, Estados Unidos sigue siendo el mayor receptor de inversión extranjera directa (IED) del mundo, así como el principal destino de las corrientes de las mismas.

Estas entradas son un componente fundamental en su economía en términos de producción, exportaciones y creación de empleo.

³ Diario digital La Nación, consultado el 03/10/2018, disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/dolar-hoy-t136>

Aunque la gran recesión ha provocado una baja del 50% de estas entradas entre 2008 y 2009, las medidas de política y los diversos planes de incentivos adoptados han contribuido a la recuperación gradual de las mismas y hoy en día el principal receptor de IED es el sector manufacturero con una proporción del 45%, seguido por el comercio al por mayor con un 11%, la minería 11% y las sociedades holding no bancarias 11%, donde la mayor parte de las entradas de IED corresponden a la UE, principalmente Reino Unido y Suiza, Japón y Canadá; y en cuanto a las inversiones provenientes de las economías emergentes son relativamente reducidas.

El régimen de inversión de los Estados Unidos está liberalizado en líneas generales, y constantemente está en busca de la promoción de las mismas, por ejemplo, existe un programa llamado SelectUSA, creado en 2011 que es parte del Departamento de Comercio, el cual es el primer programa centralizado de inversiones del gobierno federal que presta servicios a las empresas que consideren la posibilidad de invertir allí y colabora con las ciudades y estados a fin de apoyar sus iniciativas para atraer inversiones y también proporciona información a posibles inversores y realiza actividades de fomento y misiones de inversión.

No ofrece incentivos directos pero sirve de enlace con los programas del gobierno federal que otorgan incentivos a las empresas. También se lanzó otro programa llamado “Make it in America”, cuyo objetivo fue y es lograr que sea más ventajoso para las empresas iniciar, proseguir o ampliar sus operaciones en los Estados Unidos. Pero a pesar de ello existen ciertos límites; existe un Comité de Inversiones Extranjeras en los Estados Unidos (CFIUS) el cual se encarga de examinar si ciertas inversiones extranjeras constituyen una amenaza para la seguridad nacional, como por ejemplo que la fusión, adquisición o absorción de una empresa que realiza operaciones comerciales interestatales en Estados Unidos quede sometida al control extranjero; si percibe un posible riesgo el Presidente puede prohibir la transacción. Está el Programa Nacional de Seguridad Industrial (NISP) el cual se encarga de proteger la información confidencial que se comunica a los contratistas y contiene disposiciones relativas a ciertas transacciones de inversión extranjera donde las empresas estadounidenses están obligadas a comunicar los casos de adquisición del control por una entidad extranjera cuando eso pudiese dar lugar al

acceso no autorizado a información confidencial.

Y también hay leyes que restringen las inversiones en determinados sectores, por ejemplo en el sector marítimo hay una restricción a la propiedad extranjera de buques matriculados en los Estados Unidos, lo mismo para el sector aeronáutico, para la minería solo un nacional estadounidense o empresa constituida en el país puede adquirir tierras con yacimientos minerales, para la energía solo un nacional estadounidense o una sociedad constituida en el país puede obtener licencias de construcción, explotación o mantenimiento de las instalaciones de transmisión y uso de energía eléctrica en tierras o aguas bajo el control del gobierno federal.

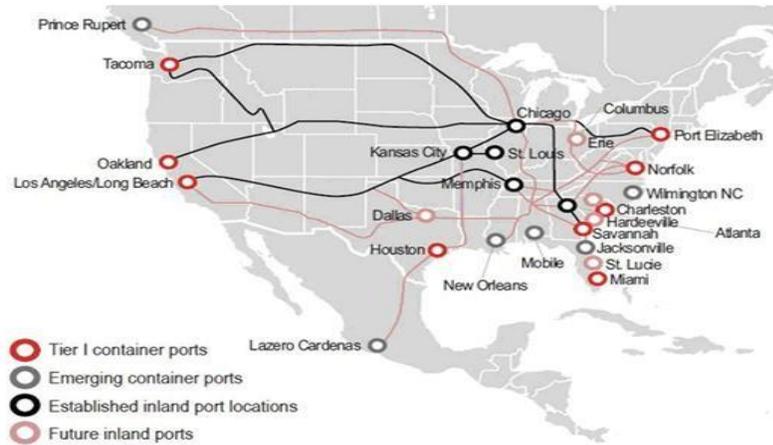
En cuanto al entorno social y cultural la crisis mundial aumentó la sensibilidad a los precios de los consumidores estadounidenses, llevando a muchos a cambiar sus marcas habituales por unas más baratas; y cada vez más son más conscientes del medio ambiente al momento de tomar decisiones de compra. Generalmente se muestran muy abiertos a adquirir productos extranjeros y a los nuevos productos, pero son muy exigentes en cuanto a los estándares de calidad, por lo que se debe contar como mínimo, con las normas ISO referidas a la normalización de la producción para certificar y comprobar la calidad de los productos que se pretenden ofrecer a este mercado; también se requiere una considerable preparación y consistencia a largo plazo; lo que puede resultar un poco dificultoso para el productor argentino.

Analizando la cultura en los negocios, los americanos son cordiales, directos, valoran la información y se caracterizan por ser buenos negociadores, buscando siempre negociar bajo un esquema de ganar-ganar para ambas partes, esto permite generar relaciones comerciales a largo plazo, lo que representa una gran oportunidad. Principalmente se habla el inglés, y la segunda lengua más hablada es el español, por lo que no representaría un conflicto de idiomas. También se caracterizan por su disposición a tomar riesgos. La puntualidad para ellos es clave en las reuniones de negocios y su cultura se mueve con la iniciativa individual y los logros, siendo el dinero una prioridad; les gusta aprovechar nuevas oportunidades y no le temen al cambio, por lo que la innovación en los productos es un factor importante en la decisión de compra. Es importante saber que son distantes y evitan el contacto físico cercano a no ser que exista determinada confianza, y a

la hora de presentarse se debe ser claro y sencillo, mostrarse amable y tranquilo, también entregar una tarjeta de presentación. En cuanto a regalar presentes, es un buen gesto siempre y cuando no sean muy personal como perfumes y ropa, y suelen realizarse una vez cerrado el trato. Por último, en cuanto a la forma de vestirse se aconseja hacerlo de forma conservadora y que sea acorde al lugar en que se realizará la negociación.

Otro tema relevante sobre la cultura americana es el excesivo control de la entrada de extranjeros al país, donde los agentes del servicio de Aduanas y Protección Fronteriza llevan cuenta del registro de entrada y salida de cada pasajero. Los formularios I-94 (o I-94W para viajeros inscritos en el Programa de Exención de Visas) indican cuánto tiempo puede permanecer dentro de Estados Unidos de manera legal, y si llega por vía terrestre o marítima recibirá el formulario I-94 en papel; debiendo presentar dicho formulario al momento de la salida del país. En caso de permanecer más tiempo del debido sin la autorización pertinente es posible que se le niegue la entrada al país en un futuro. Esto es importante ya que si se efectúa tal infracción perjudicaría terriblemente los negocios posibles con empresas americanas.

Estados Unidos limita al norte con el océano Ártico, al este con el océano Atlántico y al oeste con el océano Pacífico, por lo que es un país de fácil acceso por vía marítima, lo que significa una gran ventaja para el comercio internacional. Entre los 50 puertos más importantes para el transporte marítimo en contenedor se encuentran los puertos norteamericanos, y dentro de los puertos más importantes de Estados Unidos en cuanto a importaciones son: Puerto de Los Angeles, CA, Puerto de Long Beach, CA, Puerto de New York, NY y NJ, Puerto de Houston, TX, Puerto de Seattle, WA, Puerto de Charleston, SC, Puerto de Oakland, CA, Puerto de Baltimore, MD, Puerto de Tacoma, WA y Puerto de Norfolk, VA. Charleston, en Carolina del Sur, se ha vuelto en uno de los puertos más activos con América Latina, pudiendo mover todo tipo de carga y con capacidad no sólo de transferir la misma a camiones y trenes, sino también a barcasas y transporte aéreo. Otros puertos de importancia en la costa este son: Miami (Florida), Hampton Roads (Virginia), Savannah (Georgia), Baltimore (Maryland), Filadelfia (Pensilvania), Wilmington (Delaware) y Boston (Massachusetts).



En el Atlántico se localizan las rutas marítimas que Estados Unidos estableció para comunicarse con América del Sur y América Central, pasando por la Cuenca del Caribe, con un recorrido de 4000 a 11000 km. La mayoría de las líneas de carga marítima operan en Estados Unidos, siendo las compañías americanas las que mueven el 15% aproximadamente del total de la carga, entre ellas cabe mencionar a Lykes Bros,

Steamship Co. y Sea-Lan Services; las más grandes, entre las líneas extranjeras, son Evergreen, Maersk, Hanjin, NYK Line, Hyundai Merchant, Orient Overseas, “K” Line y Misui OSK Line.

Y entre algunas de las líneas que conectan a ambos países tenemos a MSC, Hamburg Sud, Sealand, Zim, entre otros.

En cuanto a las herramientas de promoción, que los productos argentinos pueden utilizar para hacer conocido sus productos y acercarse al mercado norteamericano existen dos grandes ferias de reconocimiento nacional e internacional, las cuales son la Farm Progress Show que se realiza en el mes de agosto y la National Farm Machinery Show la cual se realiza en Louisville, Kentucky el mes de febrero. También existen misiones comerciales o rondas de negocios creados por organismos del estado argentino como lo es la Fundación Exportar que organizan este tipo de actividades para promover el comercio exterior en la Argentina y acercar a los productores y empresarios argentinos a clientes en el extranjero como un modo de apertura de mercados.

Es importante que la empresa realice en primer lugar un relevamiento de ciertos

aspectos para el desarrollo estratégico, como son las estrategias competitivas que posee, los segmentos de mercado atendidos y su capacidad de comercialización, la capacidad de cumplimiento, su capacidad productiva, el grado de necesidad y motivación exportadora que posee, entre otros. Todos aspectos que sirven para realizar un análisis muy importante para ver si se está en condiciones de poder exportar, y en caso contrario, determinar los ajustes necesarios para poder alcanzar tal objetivo, el análisis del que se trata es el FODA, el cual determina las fortalezas y debilidades internas de la empresa y las amenazas y oportunidades que se presentan en el entorno de la misma; por ende se considera que es la base de la estrategia de internacionalización.

Habiendo analizado esto, la empresa deberá seguir una estrategia de segmentación de mercado, para que pueda buscar un sector acotado pero que le resulte beneficioso, explotando sus ventajas competitivas para poder diferenciarse así de las cadenas chinas importadas y que estas no afecten a la inserción de las cadenas argentinas al mercado estadounidense.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL SECTOR SELECCIONADO

Sector seleccionado: “Agropartista”

El sector agropartista, se dedica a la fabricación de los repuestos agrícolas destinados a utilizarse en la maquinaria agrícola; por ende se trata de un sector de una importancia relevante en nuestro país ya que nuestra economía se basa principalmente en la agricultura. Según una noticia consultada⁴, se expresa que por cada millón de dólares exportado en maquinaria agrícola y agropartes equivale a 60 puestos de trabajo directo e indirecto, por lo que especialistas del INTA destacan la importancia estratégica del sector e incentivan la competitividad.

Existe una extensa variedad de agropartes, como por ejemplo carcasas de fundición, puntas de ejes, ejes, aros giratorios, elásticos, pernos, roscas y tuercas, suspensiones, y muchísimos más, pero la empresa en la que basamos el trabajo se especializa únicamente en las cadenas agroindustriales, de las cuales a su vez existen distintos modelos destinados a distintos tipos de maquinarias, entre ellas encontramos:

- Cadenas para norias
- Cadenas para acarreadores
- Cadenas para carros forrajeros
- Cadenas maiceras
- Cadenas especiales

⁴INTA(12/10/2017)“El mercado de maquinaria agrícola nacional en pleno crecimiento” Consultado en: <http://supercampo.perfil.com/2016/10/el-mercado-de-maquinaria-agricola-nacional-en-pleno-crecimiento/>

La zona santafesina es líder a nivel nacional en cuanto a maquinaria agrícola y agropartes y cuenta con una gran variedad de empresas que se dedican a la fabricación de agropartes, pero aquellas que se dedican a la fabricación de cadenas para maquinaria agrícola además que CRC son Regina, empresa italiana instalada en Buenos Aires y otra pequeña en Montes de Oca llamada Eslabones Montes de Oca.

Determinantes de Poder en Argentina para el sector agropartista

Este punto se basa en la principal obra de Michael Porter, donde puntualmente analizamos una de las ideas centrales de su teoría de las ventajas competitivas, “El diamante Nacional”. La misma expresa la importancia de las ventajas competitivas y cómo las empresas en determinados sectores alcanzan el éxito a nivel internacional; para ello la nación cuenta con un papel importante en la creación de dichas ventajas; pues toda nación cuenta con una combinación de factores o atributos genéricos que conforman el entorno en el cual las empresa locales deben competir, variando de sector en sector, la ventaja competitiva se logra cuando esa base central permite y apoya la rápida acumulación de activos y técnicas especializadas, cuando se permite una mejor información continuada de las necesidades de los productos, procesos y consumidores, cuando las metas de los empresarios y sus empleados ayudan a crear un fuerte compromiso e inversiones sostenidas, y cuando el entorno doméstico es el más dinámico y estimulante, impulsando a las empresas a mejorarse cada día y ampliar sus ventajas.

Así las naciones tienen más probabilidades de alcanzar el éxito en aquellos sectores donde el diamante es más favorable.

Los determinantes de la ventaja nacional son:

- 1-Condición de los factores
- 2-Condición de la demanda
- 3-Sectores afines y de apoyo
- 4-Estrategia, estructura y rivalidad entre empresas

Condiciones de los factores: Cada nación posee en mayor o menor grado, factores de

producción. Éstos, son insumos necesarios para competir en cualquier sector y pueden agruparse en categorías genéricas como recursos humanos, físicos, conocimiento, capital e infraestructura; pero también se pueden dividir según la jerarquía en factores básicos, los cuales comprenden a los recursos naturales, el clima, la situación geográfica, la mano de obra no especializada y semi-especializada y los recursos ajenos a largo plazo; en factores avanzados, que son necesarios para lograr una ventaja competitiva superior, tales como productos diferenciados y tecnología de producción propia, pero a su vez son los más escasos porque requieren mucha inversión; y luego están los factores generalizados y especializados. Los generalizados incluyen a la red de carreteras, provisión de recursos ajenos o una dotación de empleados bien motivados con formación universitaria, y los especializados otorgan bases más decisivas y sustentables para la ventaja competitiva que los anteriores y requieren inversiones más centradas y arriesgadas.

Podemos destacar entre los básicos a las excelentes tierras y el buen clima, elementos necesarios para la producción de agroalimentos como es el caso del maíz; que si bien éstos recursos no son necesarios para la producción de las cadenas tiene relación con las mismas, ya que sin tierra que cosechar no se necesitaría la maquinaria agrícola y por ende tampoco la de cadenas maiceras, también se cuenta con el acero especial por lo que no se importa de otros países.

Entre los genéricos podemos decir que se cuentan con carreteras asfaltadas que conectan las distintas provincias y facilitan el traslado de materiales y productos en comparación de calles de tierra, aunque la infraestructura en general del país no es muy buena ya que constantemente se enfrentan falencias en el transporte y la telecomunicación. Y entre los avanzados podemos destacar las buenas tecnologías y procesos que se utilizan en el sector, lo que permite que el sector santafesino agropartista y de maquinaria agrícola sea líder nacional y muy competitivo.

Algunos puntos débiles serían la falta de capacitación de la totalidad del personal de producción, ya que solo se ha capacitado al encargado, y los recursos de capital, ya que los medios de financiación existentes en este país son de costos muy elevados por sus altas tasas de interés y otros piden muchos requisitos, lo que dificulta su utilización a muchas PYMES.

Según Porter las compañías más pequeñas, denominadas PYMES, pueden competir

mundialmente a pesar de su tamaño, es más, representan una parte sustancial del comercio internacional, y por lo general aplican una estrategia especializada centrándose en segmentos estrechos y emplean estrategias basadas en la exportación haciendo de vez en cuando pequeñas inversiones extranjeras. Es decir, que no se debe ser una gran empresa para ser un competidor mundial, sino que, a pesar de las dificultades que toda PYME presenta, si se compromete a emplear una buena estrategia tiene la gran posibilidad de serlo.

Condiciones de la demanda: Este determinante se refiere a las características de la demanda interna del país y son tres los atributos genéricos que son especialmente significativos a la hora de la creación de una ventaja competitiva, ellos son la composición de la demanda interior, su tamaño y pautas de crecimiento y su internacionalización.

Composición de la demanda interior: La combinación del carácter del comprador local y sus necesidades conforma una de las mayores influencias sobre la ventaja competitiva.

En el caso de nuestro país se encuentran dos tipos de compradores locales, aquellos con pequeñas hectáreas no son exigentes con la calidad del producto, ya que al tratarse de pocas hectáreas la duración de las cadenas no es importante, y luego están los contratistas rurales, que es el público al que la empresa se dirige, pues al trabajar con grandes cantidades de hectáreas exigen una mayor calidad y una mayor duración, y esa exigencia es lo que permite a la empresa motivarse para seguir mejorando su calidad y mejorarse a sí misma para ofrecer siempre un buen producto.

Hay tres características de la composición de la demanda interior que son particularmente significativas y ellas son:

-Necesidades precursoras de los compradores: las ventajas se consiguen en caso de que las necesidades de los compradores domésticos son precursoras de las necesidades de los compradores de otras naciones. Al tratarse de un producto estándar las únicas necesidades que pueden tenerse con respecto al mismo son de mayor resistencia y dureza.

-Demanda entendida y exigente: las ventajas competitivas se consiguen en caso de que los compradores domésticos estén entre los más entendidos sobre el producto y exigen que el producto cumpla con todas sus necesidades y expectativas. Y como dijimos

anteriormente, los contratistas rurales son una demanda exigente en cuanto a la calidad del producto debido a que les conviene que las cadenas puedan durar la mayor cantidad de uso posible al trabajar con extensas cantidades de hectáreas.

-Estructura segmentada: las naciones de menor tamaño pueden llegar a ser competitivas en aquellos segmentos que representen una importante participación de la demanda interior. En nuestro caso la demanda interior si se encuentra segmentada ya que la misma exige diferentes características en cuanto al producto en cuestión, como el caso de la calidad y duración.

Tamaño y pautas de crecimiento de la demanda interior: el gran tamaño del mercado interior puede llevar a crear ventajas competitivas en los sectores donde se produzcan economías de escala o se desarrolle el aprendizaje, logrando que las empresas opten por invertir en instalaciones mayores o en desarrollos de tecnología para mejorar la productividad.

En el caso de la Argentina la demanda de agropartes y maquinaria agrícola es muy alta ya que somos un país que se basa más que nada en la agroindustria y el campo, además en la actualidad se espera un incremento en la demanda de cadenas agrícolas debido a las buenas cosechas.

Internacionalización de la demanda interior: se trata de los mecanismos mediante los que se transmiten a los mercados extranjeros las preferencias domésticas de una nación. En nuestro caso, al tratarse de un producto industrial, en cierta forma estandarizada ya que las cadenas tienen un tamaño y forma universal para cada maquinaria, no existen preferencias distintas entre naciones; solamente podría considerarse la calidad y duración de las mismas pero eso no depende del país, sino del uso que se pretende darle a las cadenas y la cantidad de hectáreas con las que se cuenta.

Sectores afines y de apoyo: El tercer determinante consiste en la presencia de sectores proveedores o conexos en la nación que sean competitivos a nivel internacional, ya que las empresas nacionales se benefician cuando sus proveedores son competidores globales.

Sectores proveedores: dentro de los proveedores que venden a la empresa tenemos uno internacional proveniente de Taiwán, quien los provee de bujes y rodillos, el resto son

todos nacionales; se cuenta con un proveedor grande y muy eficiente de acero en fleje y otros de alambre para pernos distribuidos en las ciudades de Buenos Aires y Rosario, de los cuales el proveedor de Buenos Aires vende a nivel internacional.

Sectores conexos: son aquellos en los que las empresas pueden coordinar o compartir actividades de la cadena de valor cuando compiten o aquellos que comprenden productos que son complementarios, esto puede ser útil para el desarrollo de tecnologías, en la fabricación, distribución, comercialización o servicio de los productos. En este caso, la empresa cuenta con ciertos sectores conexos, por ejemplo, hay veces en que llegan pedidos de cadenas más chicas que CRC no realiza y se lo pasa a otra fábrica más pequeña, también intercambia con una fábrica de maquinaria agrícola el “scrap”, esto es el desperdicio de acero que queda al cortar los eslabones, y lo utilizan como contra peso en sus máquinas, pero ninguno de estos casos esas empresas realizan operaciones internacionales. Otros sectores conexos pueden ser la industria alimentaria (como el maní, empaques de fruta, transportadoras de alimentos), la maquinaria agrícola y la industria agrícola, que son para aquellos a los que la empresa les vende sus productos en el papel de proveedor de agropartes, que al contrario de los nombrados anteriormente, muchos de estos casos sí realizan operaciones internacionales.

También cabe destacar la presencia de la Fundación CIDETER allí en Las Parejas que es un centro de desarrollo tecnológico que presta ayuda a las empresas para realizar ensayos de materiales, financiamientos de todo tipo y también se encarga de brindar ayuda en comercio exterior.

Estructura, estrategia y rivalidad: El cuarto determinante es el contexto en que las empresas se crean, se organizan y se gestionan, al igual que la naturaleza de la rivalidad doméstica; la ventaja nacional se deriva de un buen acoplamiento de estrategias, metas y formas de organización y las fuentes de ventaja competitiva de un sector determinado.

Dentro del país, CRC no tiene una competencia directa, ya que las demás empresas que fabrican cadenas en el país se especializan en otros sectores, y la única que si realiza las mismas cadenas es muy pequeña y no la iguala en calidad. La verdadera rivalidad se encuentra en el extranjero, con las empresas chinas que presentan precios muy bajos en comparación.

Estrategia de la empresa: lo que busca es brindar un producto de alta calidad que se diferencie del resto del mercado, pero con la aparición de la libre importación de productos del extranjero apareció un competidor fuerte como lo es China, por lo que la empresa comenzó a buscar la forma de abaratar costos como buscar un importador extranjero de bujes y rodillos pero aún presentando la calidad de siempre. También parte de la estrategia es enfocarse en el sector de los contratistas rurales, que son los que necesitan realmente un producto de alta calidad ya que trabajan con extensas hectáreas

Estructura: la gran mayoría de empresas que existen en nuestro país en cuanto al sector determinado son PYMES, incluyendo a la empresa en cuestión, y varias de ellas participan en el mercado internacional exportando sus productos, donde algunas son muy importantes como Apache u Ombú. Pero también existen, en mucha menor cantidad, empresas extranjeras radicadas aquí en Argentina de gran tamaño y reconocimiento como la empresa italiana Regina.

Además de estos cuatro determinantes, existen dos variables que si bien no influyen directamente en la creación de ventajas competitivas si afectan a las mismas, ya sea de forma favorable o desfavorable; ellas son:

- **GOBIERNO:** es una variable muy importante ya que dependiendo de las políticas que tome el gobierno puede perjudicar como favorecer ciertos sectores dentro del país. En nuestro caso se ha empezado a otorgar créditos destinados a PYMES fabricantes de maquinaria agrícola y agropartes radicados en la provincia de Santa Fe, los cuales se basan en financiar la compra de capital fijo y de trabajo con préstamos de hasta un millón de pesos a 36 meses de plazo y un subsidio del 9% en la tasa con el fin de hacerlos más accesibles. También el gobierno se dedica a promover la participación en ferias y misiones comerciales de Argentina y otros países y ha desarrollado un programa de mejoramiento de la gestión de las Pymes de Santa Fe, brindando servicios de asistencia técnica con ensayos y diseños de materiales. Por lo que podemos decir que el Estado juega un papel cooperativo con respecto al sector buscando promoverlo y aumentar su capacidad de producción, mejorando así las exportaciones de este tipo de productos. Pero a su vez también ha facilitado la importación de muchos productos extranjeros lo que hizo que

China pueda vender más fácilmente las cadenas en nuestro país, lo que significa una fuerte competencia para la empresa en cuestión.

● **CASUALIDAD:** dentro de esta variable podemos mencionar al clima como uno de los factores más importantes ya que si se produce alguna sequía o inundación que eche a perder la cosecha de maíz no se podrán vender cadenas para las maquinarias agrícolas, por lo que se debe contar con un buen clima.

CAPÍTULO III

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL Y PROPUESTA PARA EL PROYECTO DE INTERNACIONALIZACIÓN

Alternativas de ingreso al mercado analizado.

Existen muchas alternativas a las cuales recurrir a la hora de decidir insertarse en mercados externos, la elección de la estrategia de internacionalización dependerá de los objetivos que busca la empresa, su capacidad productiva y financiera y la mentalidad del centro administrativo que lleva a cabo este tipo de decisiones.

Una de las opciones puede ser la exportación indirecta, a través de otros exportadores o tradings que son empresas que se encargan exclusivamente de comprar productos de pequeños productores y realizar las operaciones de exportación, ésta es una buena opción para aquellas empresas pequeñas que no quieren arriesgarse a realizar complejas operaciones comerciales con compradores extranjeros o en el caso de productos que signifiquen problemas logísticos y que para una empresa sin demasiada experiencia en el campo sería dificultoso. Por ende se trata del uso de intermediarios que reduce el riesgo al mínimo del productor debido a que implica el compromiso de una menor cantidad de recursos propios en tentativas internacionales, brindándole la tarea a otras compañías que ya saben cómo operar en ámbitos foráneos.

Luego, está la exportación directa, que es cuando la empresa toma la decisión de realizar las operaciones de comercio internacional por sus propios medios, lo que implica un mayor compromiso de la organización y un mayor uso de recursos propios, pues significa que se comienza a formar un departamento de comercio exterior para que el propio personal realice dichas operaciones o se contrate personal capacitado. De esta forma se posee mayor control y requiere que los directivos y el personal se especialicen en el tema, generalmente esta alternativa de internacionalización se genera porque se posee mayores conocimientos acerca de las operaciones en el exterior, se las juzga menos riesgosas y cuando el volumen de ventas justifica el desarrollo de capacidades internas.

Otra opción, y ésta ya comprende un compromiso internacional mayor que el caso de la exportación directa, son las licencias, este tipo de alternativa consiste en otorgarle una licencia a una compañía en algún país extranjero para que se encargue de la producción del producto de la empresa en dicho país o el simple empacamiento o montaje de los mismos, lo que requiere una reducción al mínimo del uso de recursos propios. El hecho de que se requiera un mayor compromiso resulta básicamente de que la empresa debe enviar técnicos calificados al exterior para el establecimiento y puesta en marcha de la nueva operación, también debe hacerse responsable de actividades multifuncionales en el extranjero como ventas y producción.

También existen las franquicias, que son una variante de la estrategia de las licencias, las cuales consisten en otorgarle a un franquiciado el derecho de comercialización y explotación de los propios bienes y servicios bajo una marca y un sistema operativo por los cuales, el franquiciante recibe beneficios y regalías en contraparte. Lo que se hace prácticamente en este caso es transmitir el know-how a aquel interesado en desarrollar la franquicia de la empresa que otorga la misma en otro país quien a su vez paga mensualmente un porcentaje de las ventas en concepto de regalías.

Hay otra alternativa que requiere un compromiso totalmente mayor a los anteriores, y es la inversión extranjera directa. Aquí se busca más que solo el empacamiento y embalaje de los productos en el extranjero, lo que se busca es plantar la fábrica en otro país, lo que requiere una infusión mucho mayor de capital, personal y tecnología. Lo que puede buscarse es invertir en empresas extranjeras, puede realizarse mediante la compra de acciones o participaciones de una empresa establecida o constituida en el país con ánimo de permanencia, también puede darse a través de contratos que generen la colaboración, concesión o servicios entre el inversionista y la empresa o la adquisición de inmuebles en el país de destino de la inversión, como se comentaba en un principio; estos aportes pueden hacerse directamente en divisas que posteriormente son convertidas en moneda local o en especie, mediante la importación no reembolsable de bienes tangibles como maquinaria y equipos o intangibles como tecnología y patentes. Los países suelen tener legislaciones en materia de inversiones extranjeras directas que las regulan, siendo que algunos ponen muchas trabas para evitar que empresas del extranjero ingresen al territorio nacional y otros buscan que empresas extranjeras busquen invertir en el país

para fomentar trabajo y generar mejores relaciones comerciales con otros países. Pero este tipo de estrategia de internacionalización puede llevarse a cabo para aquellas empresas que ya se encuentran bastante desarrolladas y que poseen grandes cantidades de capitales para poder soportar tal dimensión de financiamiento requerido.

Y por último otro tipo de estrategia de penetración a mercados son las alianzas estratégicas o sociedades estratégicas mundiales entre empresas de distintos países, lo que es una buena opción para ingresar a mercados de difícil entrada. Por ejemplo entre ellas tenemos a las empresas conjuntas, entre la empresa y un socio local que representa una forma más amplia de participación en mercados extranjeros; es una estrategia de entrada a un país meta individual en la que los socios comparten la entidad de una sociedad empresarial recién creada. Esta estrategia es atractiva por varias razones: está la participación del riesgo ya que una empresa limita su riesgo financiero y su exposición a la incertidumbre política. Por otro lado, una empresa puede usar la experiencia de la empresa conjunta para aprender sobre un nuevo entorno de mercado. También permiten a los socios lograr sinergia al combinar diferentes fortalezas de la cadena de valor. Otra puede ser una sociedad estratégica global donde los participantes mantienen su independencia después de la formación de la alianza, comparten los beneficios que ésta brinda como el control del desempeño de las tareas asignadas y realizan contribuciones continuas de tecnología, productos y otras áreas estratégicas clave.

Una sociedad de participación, la cual es una forma de realizar actividades económicas sin constituir una sociedad, se da en el caso de que uno posee el capital para invertir en un negocio pero no quiere asumir las responsabilidades que implica el ser un comerciante o si se quiere llevar a cabo un negocio pero no se cuenta con el capital, bienes o servicios suficientes, en sí es un acuerdo entre una persona física con otra que le entrega bienes o servicios a cambio de obtener un porcentaje de participación en las ganancias o pérdidas de una negociación mercantil o de una o varias operaciones comerciales, pero no constituye una persona moral al no tener una personalidad jurídica por sí misma, ni nombre, ni denominación social, y tampoco ejerce derechos ni contrae obligaciones con terceros, solamente es un contrato de colaboración económica. También existen alianzas de participación accionaria, las cuales son un acuerdo de colaboración en donde una empresa compra parte de las acciones de otra, la cual generalmente es una parte

minoritaria, su propósito es afianzar relaciones entre empresas que colaboran entre ellas, avanzar en la integración de las mismas; por ejemplo, una empresa puede comprar parte de las acciones de otra que funge como su proveedor, de esa forma las relaciones de proveedor-comprador se fortalecen; otra razón de por qué se forman estas alianzas es buscar un lugar en la junta directiva de la empresa a la que se le compraron las acciones y buscar actividades que beneficien a la empresa inversionista.

Por último están las joint ventures, que son agrupaciones de sociedades que promueven la concentración de recursos financieros, técnicos y organizativos que se estructuran en torno de un acuerdo intersocietario para ejecutar una obra, servicio o actividad determinada, manteniendo a las empresas agrupadas pero donde cada una conserva su independencia. Aquí una empresa busca a otra para conseguir las capacidades que le falta o para compartir riesgos; así se genera un intercambio bidireccional que permite mejorar el rendimiento.

Plan de internacionalización

Proceso de despacho de exportación definitiva:

El exportador debe estar inscripto en la AFIP, ya sea como persona física o jurídica y también es muy importante que posea solvencia económica para poder garantizar futuros y posibles errores que pueden darse en las operaciones comerciales internacionales.

Una empresa que busca ser internacional requiere obtener ciertas ventajas competitivas que le permitan diferenciarse del resto y poder enfrentar así a la competencia externa del lugar en donde se planea insertarse. Los motivos que pueden llevar a uno querer internacionalizarse son diversos; por ejemplo, aquellas compañías que crecen en el mercado internacional están dispuestas a dedicar recursos de la organización a la administración de negocios en el exterior. Un elemento crucial para poder internacionalizarse es el “compromiso con de la administración” debido a que sin proyectos, sin compromiso, sin establecer metas estratégicas, querer llevar a cabo un proyecto de exportación no será posible a largo plazo. Se necesita en primer lugar personal capacitado que este al mando del proyecto y que el mismo esté capacitado para llevarlo adelante, esto se refiere a que se necesita de un centro concreto de responsabilidades para

mantener el equilibrio y exista un eje dentro del proyecto que se desea llevar a cabo, para que se asignen las responsabilidades según las aptitudes de las personas.

Los motivos principales que llevan a las pequeñas y medianas empresas a internacionalizarse se pueden clasificar en reactivos y proactivos:

Proactivos

- Ventaja de ganancias y tecnológica
- Productos únicos
- Información exclusiva
- Compromiso administrativo
- Beneficios tributarios
- Economías de escala

Reactivos

- Presiones de la competencia
- Sobreproducción
- Ventas nacionales en descenso
- Exceso de capacidad
- Mercados nacionales saturados
- Proximidad de consumidores y puertos

Aquellas empresas proactivas se internacionalizan porque quieren hacerlo mientras que las empresas reactivas deben internacionalizarse debido a razones no favorecedoras que hacen que la empresa no tenga opción más que a internacionalizarse, es decir son por motivos o presiones externas, lo que hace que las empresas no busquen relaciones comerciales internacionales a largo plazo, que es lo que genera ganancias y buenas oportunidades para el crecimiento de la empresa, sino que lo que buscan es pasar el mal momento y una vez que todo vuelve a la normalidad abandonar la actividad internacional y seguir con el mercado interno.

Propuesta para el proyecto de internacionalización.

En el caso de la empresa CRC, la estrategia de internacionalización a utilizar es la

exportación directa, donde se deben tomar decisiones relevantes como la elección del mercado o de los mercados meta, los canales de distribución a utilizar, evaluar los riesgos o la financiación de las exportaciones; se ha elegido la misma pues la empresa cuenta con un producto de muy buena calidad con posibilidades de inserción en el país de Estados Unidos y porque cuenta con los recursos necesarios para poder llevar a cabo este tipo de operaciones, pero no con los suficientes como para llevar a cabo una alianza comercial con alguna empresa americana.

Nuestra recomendación para una mejor adaptación en el país es formar una relación comercial a largo plazo con un importador mayorista de repuestos agrícolas que posea una amplia cartera de clientes, esto pues en Estados Unidos se le da mayor interés a este tipo de relaciones que solo a comercializaciones temporales o a corto plazo, y con un importador mayorista de repuestos agrícolas porque de esta forma lograría llegar a más clientes y hacer más conocido sus productos asegurándose una cuota fija de importación sin necesidad de realizar ventas específicas.

Gestión logística

Secuencia de la operación

12/07/2018- Envío de la oferta de cotización por parte del exportador al importador. Teniendo una validez de 60 días corridos desde la recepción de la misma por parte del importador.

17/07/2018- Aceptación de la oferta por parte del importador y envío de la nota de pedido solicitando al mismo tiempo el envío de la factura proforma.

18/07/2018- El exportador envía la factura proforma con condición de pago transferencia anticipada del 50% para fabricación de los productos y el otro 50% transferencia anticipada antes del embarque.

20/07/2018- El importador confirma la proforma y envía el 50% anticipado.

20/10/2016- Pedido de reserva a agente de carga del flete marítimo y confirmación de la misma.

21/07/2018- Comienzo de la producción (tiempo estimado 65 días)

19/09/2018- Se confeccionan los documentos que necesita el importador

20/09/2018- El importador confirma los documentos

26/09/2018- Aviso del exportador al importador que la producción está lista y se reserva el camión para el retiro del contenedor vacío.

30/09/2018- Envío del importador al exportador el 50% restante

02/10/2018- Liquidación de divisas

03/10/2018- Se entrega al despachante los documentos confeccionados por el exportador para comenzar con el despacho aduanero.

05/10/2018- El despachante comienza a confeccionar la declaración jurada en el formulario OMI1993 en el SIM. Presupuesta, oficializa y arma el permiso de embarque.

05/10/2018- El despachante da aviso de carga por el SIM.

05/10/2018- Retiro del contenedor vacío. Transporte del mismo para su carga.

06/10/2018- Carga de la mercadería al contenedor y transporte desde Las Parejas a Rosario.

06/10/2018- El área de registro controla la documentación presentada y da canal verde para pasar los controles aduaneros previos a su desnacionalización.

08/10/2018- Se estiba la mercadería dentro del medio de transporte marítimo y se confecciona la declaración de embarque que se enviará a la compañía marítima para que emita el documento de transporte definitivo. Verificación y precintado.

08/10/2018- Se embarca la mercadería.

13/10/2018- Se recibe el conocimiento de embarque

16/10/2018- El exportador envía los documentos requeridos por el importador para el retiro de la mercadería cuando llegase a destino

10/11/2018- Llegada del buque a Norfolk (tiempo de tránsito estimado 33 días)

10/11/2018- Se descarga la mercadería y se realiza el despacho de importación junto con la nacionalización de la mercadería.

Cotización de 1 contenedor de 20' desde Puerto Rosario a Puerto Norfolk

Las cadenas maiceras CA-555 en el país de Estados Unidos poseen un valor de US\$ 38. A continuación desarrollaremos el cálculo del costo FOB, CIF y por último el costo DDP de las cadenas maiceras de la empresa CRC para ver si poseemos un valor competitivo, en caso en que no ocurra eso se puede contar aún con la estrategia de diferenciación, ya que las cadenas de esta empresa son de alta calidad, lo que justificaría el precio elevado y aún se podría competir en el extranjero, aunque no se podría agregar un margen de utilidad demasiado alto, pues sino el precio se encarecería muchísimo más.

CÁLCULO DEL PRECIO FOB SIN UTILIDAD:

$$\text{FOB} = \frac{\text{COSTO TOTAL EN UNIDADES}}{1 + \text{REINTEGRO} - \text{GASTOS DE EXPORTACIÓN} - \text{UTILIDAD}}$$

FOB Rosario:

$$\frac{61286,4 + 281,4 + 56,70 + 240 + 125 + 35 + 60 + 90 + 41,30 + 50 + 800 + 140 + 12 + 25 + 295 + 145}{1 + 0,0525 - 0,009 - 0,1025}$$

$$: \frac{63645,8}{0,941} = \text{USD } 67636,34 \text{ FOB ROSARIO}$$

0,941

CÁLCULO DEL PRECIO CIF NORFOLK SIN UTILIDAD:

$$67636,34 + 1140 + 304,36 = \text{USD } 69080,70 \text{ CIF NORFOLK}$$

CÁLCULO DEL PRECIO DDP PLEASURE VILLE:

$$69080,70 + 885 + 84,54 + 142,03 + 4144,84 + 192 = \text{USD } 74529,11 \text{ DDP PLEASURE VILLE}$$

Al dividir el precio DDP por la cantidad de las cadenas que se comercializarán, la cual es 5670, da como resultado USD 18,94 por ende podemos

agregar utilidad ya que el precio de las cadenas americanas es mayor, USD 38.

CÁLCULO DEL PRECIO FOB CON UTILIDAD DEL 20%

FOB Rosario:

$$\frac{61286,4+281,4+56,70+240+125+35+60+90+41,30+50+800+140+12+25+295+145}{1+0,0525-0,009-0,1025-0,40}$$

$$\frac{63645,8}{0,541} = \boxed{\text{USD } 117644,73 \text{ FOB Rosario}}$$

CÁLCULO DEL PRECIO CIF NORFOLK CON UTILIDAD:

$$117644,73 + 1140 + 529,40 = \boxed{\text{USD } 119314,13 \text{ CIF NORFOLK}}$$

CÁLCULO DEL PRECIO DDP PLEASUREVILLE CON UTILIDAD

$$119314,13 + 885 + 7158,84 + 247,05 + 192 + 149,14 =$$

$$\boxed{\text{USD } 127946,16 \text{ DDP PLEASUREVILLE}}$$

Al dividir el precio DDP por la cantidad de las cadenas que se comercializarán con la utilidad incluida, la cual es 5670, da como resultado USD 21,74, precio que sigue estando por debajo de la cadena americana.

Planilla de Costos:

Tener en cuenta que se venderá un contenedor de 20' con 21 cajas palletizables que contienen 5670 cadenas.

- Costo de producción: \$397,06 por unidad (pasado a dólares a un tipo de
- cambio de 37,30= USD10,64) = USD 61286,4
- Bolsas de nylon: \$0,5 por unidad (USD 0,01) = USD 56,70

- Cajas palletizables: \$500 por unidad (USD 13,40) = USD 281,4

- Derecho de exportación: 12% con tope de \$4 x USD

1USD= 37,30\$

4\$ = 10,25%

- Reintegro: 5,25%

- Honorarios despachante en Argentina: 0,9% del FOB

- THC en Argentina: USD 240 por contenedor 20'

- TOLL en Argentina: USD 125 por contenedor 20'

- GATE en Argentina: USD 35 por contenedor 20'

- LOGISTIC FEE en Argentina: USD 60 por contenedor 20'

- Manejo documentación en Argentina: USD 90 por contenedor 20'

- B/L: USD 41,30 por B/L

- SIM: USD 50 por B/L

- Seguro internacional: 0,45% sobre el valor de la mercadería (mínimo USD 50)

- Flete Rosario/Norfolk: USD 1140 por contenedor

- Oncarriage (flete interno de USA a Pleasure Ville): USD 855 por contenedor

- Traslado interno en Argentina: USD 800 por camión

- Tratamiento arancelario en USA: general duty free

- IVA Kentucky-USA: 6%

- Derechos de trámite en USA: 0,21% del FOB

- Cargos adicionales por concepto de conservación de puertos en USA: 0,125% del

FOB

- Descarga en Norfolk: USD 192

Gastos de Terminal Puerto Rosario

Exportación

- Recepción Contenedor lleno Dry/Refeer 20': USD 140

- Cargo Código PBIP: USD 12

- Entrega contenedor vacío 20'/40': USD 25

- Posicionamiento y verificación total contenedor 20' (+ del 50% de la carga): USD

- Apertura de puerta con posicionamiento en sector de verificación contenedor 20'/40': USD 145

Medio de pago

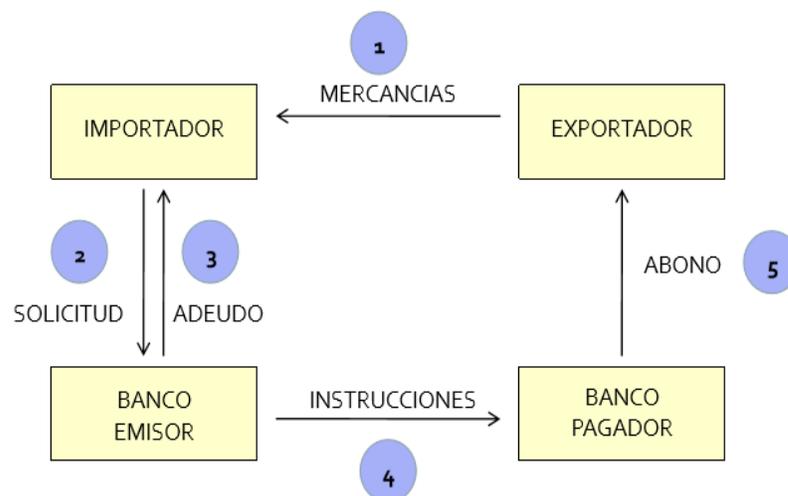
La forma de pago será por transferencia bancaria de una anticipación del 50% y el resto previo al embarque de la mercadería.

Transferencia bancaria

Es el medio de pago internacional más utilizado en la práctica y comprende un mandato expreso de una persona física o jurídica denominada ordenante que hace a su entidad bancaria, la cual se denomina banco emisor, para que de forma directa o a través de otra entidad ponga a disposición de un tercero, denominado beneficiario, una determinada cantidad de dinero.

Este medio de pago es utilizado cuando existe máxima confianza entre comprador y vendedor ya que el comprador estaría pagando de forma anticipada sin haber recibido la mercadería o el vendedor embarca la mercadería a destino sin haber recibido el pago.

En cuanto al esquema de funcionamiento es el siguiente:



- (1) El vendedor suministra la mercancía objeto de la venta al comprador extranjero.
- (2) El comprador, contra recepción, ordena a su banco que haga una transferencia a favor del exportador.
- (3) El banco emisor adeuda de forma inmediata el importe transferido en la cuenta del ordenante.
- (4) El banco emisor instruye al banco del beneficiario (pagador) para que abone el importe acordado al vendedor.
- (5) El vendedor recibe un abono en su cuenta en pago de la venta realizada.

Las partes involucradas entonces son:

- Ordenante: el comprador da instrucciones de pago a su banco
- Banco emisor: es el banco del importador que cumple con las instrucciones; existen distintas formas de realizar el pago en función del medio empleado, dependiendo de si la orden se hace de forma directa, indirecta, entre otros
- Banco Pagador: normalmente será el banco del beneficiario, o al menos del mismo país de éste, que hace efectiva la orden
- Beneficiario: es el vendedor/exportador de la mercadería que cobra su venta por este medio

Transporte Internacional seleccionado

El medio de transporte que hemos seleccionado para el producto en cuestión es el transporte marítimo, debido a que se trata de una mercadería pesada y no requiere de urgencia de entrega, es por ello que el medio aéreo fue descartado, y tampoco se consideró el transporte terrestre porque la distancia geográfica entre ambos países es muy lejana.

En cuanto al modo de contratación del buque hemos seleccionado un buque de línea regular, porque éste es especial para pequeños y medianos cargadores, además de que ofrece un servicio que cubre itinerarios geográficos preestablecidos con escalas y precios fijados de forma previa.

Destinación Aduanera seleccionada

La destinación aduanera seleccionada para esta operación es la destinación definitiva para consumo, ésta comprende que la mercadería exportada puede permanecer por tiempo indeterminado fuera del territorio aduanero; y para ello el exportador debe comprometer una declaración indicando la posición arancelaria del producto, la descripción de la mercadería, naturaleza, especie, calidad, estado, peso, cantidad y precio de la misma, también el destino y toda circunstancia necesaria para determinar la correcta clasificación arancelaria y valoración de la mercadería. En el caso práctico en cuestión se realiza aduana en Rosario.

Normativa del BCRA sobre transferencias bancarias

Una transferencia bancaria es un sistema mediante el cual se transfieren fondos entre distintas cuentas bancarias sin necesidad de transportar físicamente el dinero. Las transferencias bancarias pueden realizarse a través de cajeros automáticos, home banking, o las sucursales de la entidad bancaria.

En cuanto al destino de las transferencias, pueden realizarse entre cuentas de una misma persona física o jurídica en un mismo banco o en diferentes bancos en diferentes países o entre cuentas de diferentes titulares.

CONCLUSIÓN

CRC es una empresa consolidada con una excelente reputación a nivel nacional. Con foco en la calidad de sus productos, el cuidado del medioambiente, la seguridad de sus empleados y el buen servicio al cliente.

El objetivo de internacionalización de la empresa es establecer relaciones comerciales a largo plazo con Estados Unidos de manera que el crecimiento, el conocimiento, experiencia y seguridad adquiridos sean la oportunidad de comenzar a expandirse.

Las cadenas a rodillo son el resultado de arduos esfuerzos y estudios para llegar hoy, a tener un excelente producto de calidad y que a su vez posee un precio competitivo que se diferencia de marcas rivales extranjeras. Estas características hacen posible la inserción de CRC en el mercado Norteamericano y potenciales nuevos mercados.

ANEXO

Oferta de cotización

Fecha/ Date: 12/07/2018

CRC
H.Irigoyen 406
Área industrial (2505)
Las Parejas, Santa Fe
Argentina
TE: 00 54 03471 472853
TE: Mario Riva: +54 9(03471)
15567219
TE: Gonzalo Riva: +54 9(03471)
15563071

Pleasant Hill Farmsupply INC
4968 point Pleasant Road
(40057)
Pleasure Ville, Kentucky USA
TE: 502-845-4467
FAX: 502-845-9158
Cell: 502-655-9334

Dear Sr:

We are a roller chain producer and we make originals spare parts for several brands such as Mainero, Claas, Ombu, Alliochis, Maizco y CNH (Case New Holland). And our best product is the maize growing chain, bellow we show you the cost:

CÓDIGO	DESCRIPTION	UNIT PRICE FOB EN USD	UNIT PRICE CIF EN USD
0052	A-555 - 48-8- C6E	19,97	20,26

The minimum for export is 540 roller chains. This quotation is valid for 60 days from this date. If you have any question, please communicate with us.

Best regards Daniela Riva

Aceptación de la oferta de cotización

Dear Daniela:

We already check the quotation and we accepted. So we want to order 5670 maize growging chain, price CIF.

Factura proforma

DATOS DEL EXPORTADOR/EXPORTER: CRC

Dirección/Adress: H. Irigoyen 406, Área Industrial Ciudad/City: Las Parejas, Santa Fe,
Argentina CUIT: 20-34245570-1

TE: +5403471-472853, MOVIL: +5493471567219

Mail: info@cadenascrc.com.ar

DATOS DEL IMPORTADOR/Importer: Pleasant Hill Farmsupply INC.

Dirección/Adress: 4968 point Pleasant Road

Ciudad/City: Pleasure Ville,

Kentucky, USA CUIT: 51-60000212-4

TE: 502-845-4467, CELL: 502-655-9334

Mail: sales@pleasanthillfarmssupply.com

CONDICIÓN DE VENTA/Condition of sale: CIF Norfolk

CONDICIÓN DE PAGO/Payment condition: Transferencia bancaria 50% anticipada y
resto previo al despacho/ Transfer in advance 50% and the rest early custom clearance. TIME
OF DELIVERY: 60-70 days after receipt of 50% downpayment.

QUANTITY	WEIGH T/ KG.	PACKA GING	DESCRIPTION	UNIT PRICE USD	TOTAL USD
5670	3,8	Nylon bag	CA-555 - 48-8- C6E Total weight: 21546 kg. Total boxes: 21	20,26	114874,2

			Product origin from Argentina		
				TOTAL	114874,2

Total USD: One hundred fourteen thousand, eight hundred and seventy four 2/100



Gonzalo Sebastián Riva Cadenas CRC

Factura comercial

ORIGINAL	
CADENAS CRC DE RIVA GONZALO SEBASTIÁN	E ccd.19
Razón social: Riva Gonzalo Sebastián	FACTURA DE EXPORTACIÓN Compr. Nro. 000-0000001
Domicilio Comercial: H.Irigoyen 406-Las Parejas, Santa Fe	Fecha de emisión: 19/09/2018 CUIT: 20342455701
Condición frente al IVA: IVA Responsable Inscripto	Ingresos brutos: 121-017098-5 Fecha de inicio de actividades: 01/02/2013 IVA EXCENTO OPERACIÓN DE EXPORTACIÓN
SR.: Pleasant Hill Farmsupply INC.	
CUIT País: 51-60000212-4 (USA-Persona jurídica)	
Domicilio/Adress: 4968 point Pleasant Road, Pleasure Ville, Kentucky	
Forma de pago/Way of payment: Transfer in advance 50% and the rest early custom clearance	
INCOTERM: CIF Norfolk	

Item	Description	Quantity	United Price (USD)	Total price (USD)
0001	CA-555 - 48-8- C6E	5670	20,26	
Tipo de cambio/Exchange rate: 37,30			Divisa: USD-American Dólar	
			Total amount: USD 116580,62	
Top quality merchandise. New, not used. Flawless Argentinian Industry				

Lista de empaque

PACKING LIST			
CRC H.Irigoyen 406 Área industrial (2505) Las Parejas, Santa Fe Argentina TE: 00 54 03471 472853 TE: Mario Riva: +54 9(03471) 15567219 TE: Gonzalo Riva: +54 9(03471) 15563071 FECHA: 19/12/2016			
Quantity	Packaging	Dimention	Weight
5670 roller chains	21 boxes with 270 chains each	95 x 95 x 90 cm	1026 kg Total weight: 21546 kg

Documento de transporte: B/L

CRC calle H. Irigoyen 406 Área
Industrial Las Parejas, Santa Fe,
Argentina

MULTIMODAL TRANSPORT
BILLOFLADING B/LN°38

Shipper

Pleasant Hill Farmsuply INC. 4968 point Pleasant
Road, Pleasure Ville, Kentucky, USA

Consignee

Al mismo

Booking N°:

Export Reference N°:

Notify Address

Las Parejas

Pre-Carriage by

MSC

Vessel

Place of receipt by pre-carrier*

Rosario

Port of Loading

Norfolk
Port of discharge

Rosario
Place of delivery by on carrier*

Marks and Nos.	Number and kind of packages:	Gross Weight	Measurement
Description of goods			
FCL/FCL	Said to contain: 21 cajas	21546 kg	
1x20' std	palletizables conteniendo		
HASU 407291	5760 cadenas maiceras		
AB45722133	modelo CA-555-48-8 CE6		
DUA N°0042			

ORIGINAL

CLEAN ON BOARD

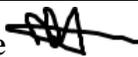
Particulars furnished by the Merchant

<p>Freight details, charges etc.</p> <p>Inland: 800</p> <p>B/L: 41,32</p> <p>Flete: 1140</p> <p>THC: 240</p> <p>Gate: 35</p> <p>Toll: 125</p> <p>Logistic Fee: 60</p> <p>SIM: 50</p>	<p>BILL OF LADING</p> <p>RECEIVED by Carrier the Goods as specified above in apparent good order and condition unless otherwise stated, to be transported to such place as agreed, authorized or permitted herein and subject to all the terms and conditions appearing on the front and reverse of this Bill of Lading to which the Merchant agrees by accepting this Bill of Lading, any local privileges and customs notwithstanding.</p> <p>The particulars given above as stated by the shipper and the weight, measure, quantity, conditions, contents and value of the goods are unknown to the carrier. In WITNESS, whereof one (1) original Bill of Lading has been signed if not otherwise stated hereafter the same being accomplished the other(s), if any, to be void, if required by the carrier one (1) original Bill of Lading must be surrendered duly endorsed in Exchange for the goods of delivery order.</p> <p style="text-align: right;">(Terms to continue on back hereof)</p>
---	---

Excess value declaration refer to clause 6 (4) (B)+(C) on

reverse

Side

Shipped on Board issue	Freight payable at	Place and date of issue
Date: 08/10/2018 Signed by	Origen	Rosario 08/10/2018
	Number of original B/L	Signature 
	3	

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

Dei H. Daniel. (2006). La Tesis. 2e. Buenos Aires: Prometeo Libros.

Sabino, Carlos. (1998). Como hacer una tesis. Edición ampliada. Buenos Aires:
Editorial Lumen Humitas

Scavone, Graciela M. (2006). Cómo se escribe una tesis. Buenos Aires: la ley.

Cifuentes Lemus J.L, Torres-García P. & Frías M. (n.d.). *Transporte marítimo mundial*. El océano y sus recursos XII el futuro de los océanos (5). México:
Fondo de Cultura Económica

Czinkota M. & Ilkka R. (2013). *Marketing Internacional*. México D.F: Cengage
Learning

Porter M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Javier
Vergara Editor SA

Material de Cátedra

Material de cátedra: Lanza, P. (2016) Régimen Económico Financiero
del Comercio Internacional

Código Aduanero

Argentino, C.A. (2014). Código Aduanero Argentino. Buenos Aires:
Zavalía

Estudios y perfiles de mercado:

Banco central de la República Argentina. (2017). <http://www.bcra.gov.ar/>

Cadenas CRC. (2018). www.cadenascrc.com.ar

Embajada de los Estados Unidos en Argentina. (2018).

<https://ar.usembassy.gov/es/nuestra-relacion/politicas-e-historia>

Huens F. (Febrero 25, 2017). *La provincia Santa Fe prometió créditos al sector de maquinaria agrícola.*, de Sociedad Rural de Las Colonias. <http://rurallascalonias.com.ar/?p=4768>

Icontainer.(n.d.).<http://www.icontainers.com/es/2014/03/21/transporte-maritimo-estados-unidos-1-puertos-y-rutas-principales/>

INTA. (2016). *El mercado de maquinaria agrícola nacional, en pleno crecimiento.*de Super Campo. <http://supercampo.perfil.com/2016/10/el-mercado-de-maquinaria-agricola-nacional-en-pleno-crecimiento/>

OMC. *Examen de las políticas comerciales: Informe de los Estados Unidos.*(2015) https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/g307_s.pdf

Santander Río Trade (2018). *Análisis de Mercados: Estados Unidos.* <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/cifras-comercio-exterior>

Sistema Armonizado de los Estados Unidos (HTS). (2018) <https://hts.usitc.gov/?query=731>

Trade Map. (2018). http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx

Sitios Web:

Diarios

Agropartistas Santafesinos ingresaron al exigente mercado norteamericano.(Marzo 2013). La Capital. <http://www.lacapital.com.ar/agropartistas-santafesinos-ingresaron-al-exigente-mercado-norteamericano-n554020.html>

El Gobierno extendió a cinco años el plazo para ingresar divisas. (Agosto 31, 2016). La Nación. <http://www.lanacion.com.ar/1933160-el-gobierno-extendio-a-cinco-anos-el-plazo-para-ingresar-divisas>

La Nación. (2018). *Dólar Hoy*. : <http://www.lanacion.com.ar/dolar-hoy-t1369>

Mars A. *¿Cuáles son las mayores economías del mundo? ¿Y las más diminutas?*,
obtenido en septiembre 2016, de El País Sitio web:

http://economia.elpais.com/economia/2015/04/15/actualidad/1429060990_180502.html

Sandoval P.X. (abril 29, 2015). Norteamérica tiene que ser la región más competitiva del mundo. de El país. Sitio web:

http://internacional.elpais.com/internacional/2015/04/26/actualidad/1430030012_980448.html