



FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA
Y RELACIONES INTERNACIONALES

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

LICENCIATURA EN GESTION
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES.

TRABAJO FINAL INTEGRADOR.

“PLAN DE NEGOCIOS”

Exportación de Alfajores Sin Culpa al Reino de España.

Directora de la Escuela: Magister Sabrina Benedetto.

Director del Trabajo Final Integrador: Lic. Osvaldo Musto.

Alumna: Ortega, Agustina.

Fecha de entrega: 14 de junio de 2023.

Índice.

Introducción.....	2
Resumen Ejecutivo.....	3
Conclusión.....	6
Bibliografía.....	7
Anexo “Plan de Negocios”	10

INTRODUCCION.

El presente Trabajo Final Integrador estará compuesto en primer lugar por un Resumen Ejecutivo, el cual permite desarrollar brevemente la información que contiene el Plan de Negocios el cual tiene como temática la exportación de alfajores “Sin Culpa” al Reino de España. El contenido general del Resumen Ejecutivo se basa en diversos puntos: antecedente de la empresa, producto o servicio, planteamiento del proyecto, aspectos del mercado meta y proyecciones financieras.

Para comenzar se expondrá brevemente el antecedente de la empresa Alfajores Sin Culpa, sus inicios y su historia, cómo se encuentra conformada la organización y su experiencia exportadora. Por otra parte, se incluirá información sobre el producto que se comercializará, su acondicionamiento y envasado. El planteamiento del proyecto incluirá información respecto a la condición de venta, forma y medio de pago seleccionado.

En la instancia final del Resumen, se expondrá la proyección financiera de la empresa y sus objetivos respecto a la exportación, como así también se desarrollará una breve conclusión de acuerdo a los resultados que se obtuvieron.

Por último, se encontrará anexado el Plan de Negocios realizado para la exportación de Alfajores Sin Culpa al Reino de España, el cual fue confeccionado en base a la bibliografía consultada a lo largo de las diferentes asignaturas que conforman la Licenciatura en Gestión de Negocios Internacionales.

Dicho Plan tiene como objetivo determinar el potencial exportador y la viabilidad de introducir uno de los productos más destacados del catálogo de la empresa en un nuevo mercado, dentro de la Unión Europea.

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del presente Plan de Negocios radica en la primera exportación de alfajores realizada por la empresa Alfajores Sin Culpa al Reino de España.

Alfajores Sin Culpa, es una empresa rosarina que recientemente ha desarrollado sus actividades en el mercado local y con el paso del tiempo fue adquiriendo la experiencia necesaria para adentrarse en el mercado internacional. La razón social es “Alimentos Mamina SRL”. Se encuentra conformada por dos socios gerentes, los cuales son los responsables de dirigir y llevar adelante la toma de decisiones de la empresa. Una Sociedad de Responsabilidad Limitada es un tipo de sociedad mercantil en la que la responsabilidad de cada uno de sus socios está delimitada por el capital que estos hayan aportado a la misma. Implica que, la responsabilidad está limitada al capital aportado, y, por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no responde con el patrimonio personal de los socios, sino al aportado en dicha empresa Limitada. (Sánchez Galán, 2020).

Dentro de la ciudad de Rosario, estos alfajores son reconocidos por los consumidores principalmente por su nombre tan particular y por la historia artesanal de la empresa. Nos referimos a “historia artesanal” ya que actualmente quienes están a cargo son la tercera generación de una familia que comenzó hace muchos años con la fabricación artesanal de alfajores y barras de arroz, destacándose desde sus principios por utilizar materias primas de primera calidad. Con el paso de los años se fueron innovando, adquiriendo maquinarias especializadas, estableciendo su propia fabrica en la ciudad, capacitando al personal constantemente y adentrándose en el mundo alimenticio, lo cual les permitió hoy en día imponerse en el mercado y llegar a los consumidores con un producto que satisfaga sus necesidades.

Cabe destacar que no solo comercializan el producto en el mercado local, sino que también se fueron expandiendo a lo largo del país a través de distribuidores que se encuentran ubicados en diversas provincias, lo cual le permite estar muy bien posicionado en el mercado nacional de alimentos.

Tal como comentamos anteriormente, Sin Culpa también logró expandirse en el mercado externo. Hace ya algunos años comenzó a realizar sus primeras exportaciones a Uruguay con alfajores frutales y barras de arroz y luego a Estados Unidos con envíos de alfajores en formato Six Pack.

Paralelamente avanzan las tratativas con importadores radicados en otros países como ser Bolivia, Chile, Paraguay, Brasil, Colombia y Canadá, aunque concretamente aún no lograron cerrar ningún acuerdo.

En sus inicios como PyME exportadora las cosas no fueron simples ya que tomar la decisión de comercializar los productos fuera del mercado nacional requiere de un amplio análisis de costos, adaptación del producto de acuerdo a los requisitos del mercado en destino, contactos con diversos importadores, selección del medio de pago más adecuado, entre otras cuestiones. No obstante, la empresa logró superar los desafíos que fueron surgiendo a lo largo del tiempo para poder introducir finalmente sus productos en el mercado internacional y actualmente siguen trabajando día a día para poder brindar un producto de excelente calidad, adaptándose a los gustos de los consumidores.

Consideran ahora introducir uno de sus productos más reconocidos dentro de la Unión Europea, específicamente en España. Esto representa un gran desafío, ya que se trata de un nuevo destino y un nuevo producto. En este caso, a diferencia de las exportaciones realizadas a Uruguay y Estados Unidos, el producto que se comercializará son alfajores de 60gr, blancos y negros.

El mayor de los atractivos al momento de realizar el estudio de mercado recae sobre la noción de la palabra “alfajor” en España, su origen, denominación y las similitudes que existen con un dulce tan común e icónico en nuestra sociedad. A lo largo del trabajo, se expondrá la importancia de los *productos nostálgicos* y cómo influye en la sociedad española, lo cual hace que sea más relevante aún el destino donde se comercializará el producto.

La estrategia de inserción será a través de un distribuidor en destino, lo cual implica que el importador cuenta con conocimientos suficientes para comercializar el producto en el mercado. Por lo tanto, el objetivo principal será entregar la mercadería en tiempo y forma y en las condiciones pactadas y luego el distribuidor se encargará de seguir la operatoria. Ya que se trata de un nuevo importador, la forma de pago estipulada será 60% anticipado y 40% diferido una vez recibida la mercadería en destino.

En el presente trabajo, la proyección de venta se realizará por una única exportación y a partir de la primera experiencia se analizarán los resultados sobre diversas cuestiones, tales como: rotación del producto en destino, opinión de los consumidores, si el producto les parece atractivo y están conformes con el mismo, si la operatoria con el importador funcionó

adecuadamente sin tener inconvenientes, entre otras. En caso de que el resultado sea positivo, se avanzará con consecutivas exportaciones.

La unidad de venta que se utilizará es por bulto cerrado, se denominan “caja madre”. Cada una de ellas está compuesta por 18 displays, los cuales contienen 8 unidades de alfajores. Esto significa que cada caja madre se conforma por 144 unidades de alfajores. El precio final al que se comercializará unidad de venta – caja madre – es de USD 65.

El envío estará compuesto por un total de 10 pallets, 5 pallets de alfajores blancos de 60gr y 5 pallets de alfajores negros, también de 60gr. En cada pallet se ubican 48 bultos de alfajores, esto da como resultado un total de 480 bultos, por lo tanto, el precio final de la exportación es de USD 31.200,00.

La condición de venta seleccionada es FCA ROSARIO. Este Incoterm implica que el precio final tiene incluido todos los gastos relativos a la fabricación del producto, acondicionamiento, envases y embalajes, confección del despacho de exportación y transporte interno desde la fábrica hasta el punto convenido con el importador para realizar la posterior entrega de la mercadería. A partir de ese momento todos los riesgos y costos se trasladan al comprador, dejando en sus manos el resto de la operatoria.

En el Plan de Negocios se incluirá un anexo donde figuran todos los costos que conforman el precio final.

CONCLUSION

A modo de conclusión del presente Trabajo Final Integrador, resulta pertinente destacar la importancia de la realización de un efectivo Plan de Negocios, ya que a través de este documento la empresa sistematiza detalladamente la idea principal, la captación y el análisis de información y la evaluación de oportunidades y de riesgos que podrán presentarse a lo largo del proceso. A partir del resultado obtenido se analizará rigurosamente la viabilidad de la exportación. (Cetri Litoral, 2007).

El comercio internacional es un campo muy amplio, dentro del cual los riesgos que se corren son múltiples y en muchos casos, muy difíciles de reparar a tiempo. Por tal motivo, la correcta formulación de un Plan de Negocios permite estudiar al máximo cada etapa que conlleva realizar una exportación, desde el análisis del mercado meta, hasta el acondicionamiento y envasado del producto, el medio de pago seleccionado y los costos en los que se incurrirá. No obstante, es imprescindible contar con recursos humanos altamente capacitados y un asesoramiento profesional para llevar adelante este proceso.

En relación al Plan de Negocios realizado, se determinó que existe viabilidad para la exportación de alfajores Sin Culpa al Reino de España. Este país resulta ser un mercado atractivo para el producto en cuestión, principalmente por el origen y la historia del alfajor, como así también por conformar el fenómeno de “productos nostálgicos”, tal como desarrollamos a lo largo del Plan.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ANMAT, Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (2022). Tramites Comercio Exterior Alimentos. http://www.anmat.gov.ar/webanmat/formularios/tramites_inal_cexterior.asp. Consultado el 08/08/2022.

Alfajores Sin Culpa (2022). <https://www.sinculpa.com/es/#nuestra-empresa>. Consultado el 18/05/2022.

Alimentos Argentinos (2018). Cadena de Golosinas - Resumen “Alfajores”. http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/Cadenas%20de%20Valor%20de%20Alimentos%20y%20Bebidas/informes/Resumen_Cadena_GOLO_Alfajores.pdf. Consultado el 18/05/2022.

Baldissare, Gino (2021). TradeNews: “Productos nostálgicos, un nicho siempre vigente”. <https://tradenews.com.ar/productos-nostalgicos-un-nicho-siempre-vigente/>. Consultado el día 05/08/2022.

Cabeza, Marta (2015). “Documento de cátedra: Ferias y misiones internacionales”. UNR, Rosario. Consultado el día 15/08/2022.

Cámara de Comercio Exterior de Rosario (2022). Exportación de golosinas: un dulce negocio en crecimiento. <https://commerce.com.ar/exportacion-de-golosinas-un-dulce-negocio-en-crecimiento/>. Consultado el día 04/08/2022.

Cancillería Argentina (2021). Embajada en España. <https://cancilleria.gob.ar/es/representaciones/eespa>. Consultado el día 08/08/2022.

Cetri Litoral (2007). “Manual de Plan de Negocios”. Universidad Nacional del Litoral. Secretaria de Vinculación Tecnológica y Desarrollo Productivo. Centro de transferencia de resultados de la Investigación. Consultado el día 02/06/2023.

Chocolate Águila (2019). <https://chocolateaguila.com/NuestraHistoria>. Consultado el 18/05/2022.

Datos Macro (2022). España: Economía y Demografía. <https://datosmacro.expansion.com/paises/espana>. Consultado el día 03/08/2022.

Diario del Exportador (2017). “Los medios de pago en el Comercio Internacional: Transferencia Bancaria”. https://www.diariodelexportador.com/2017/11/medios-de-pago-en-el-comercio_20.html. Consultado el día 12/04/2023.

Diario del Exportador (2018). “La exportación a través de distribuidores en el exterior”. <https://www.diariodelexportador.com/2018/04/la-exportacion-traves-de-distribuidores.html>. Consultado el día 12/04/2023.

Falcón, Betina. (2009). “Métodos de Exportación”. Fundación Export-Ar. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. Consultado el día 15/08/2022.

Gobierno de España (2022). Sistema Político. https://administracion.gob.es/pag_Home/espanaAdmon/comoSeOrganizaEstado/Sistema_Politico.html#:~:text=Espa%C3%B1a%20es%20un%20Estado%20cuya,e1%20poder%20legislativo%20o%20Parlamento. Consultado el día 06/08/2022.

Google Arts & Culture (2023). Redondo, dulce y un ícono argentino: El Alfajor en todas sus identidades- Google. <https://artsandculture.google.com/story/OgUBhD-hJOZdtg?hl=es-AR>. Consultado el día 29/04/2023.

ICEX, España Exportación e Inversiones (2021). “Relaciones Bilaterales España-Argentina” <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/relaciones-bilaterales/index.html?idPais=AR#8>. Consultado el día 03/08/2022.

INTELCOM (2021). Ficha País España. <https://intelcom.gob.pa/storage/cat-tratados/July2021/uQqT84LUJuq36qdM6kzv.pdf>. Consultado el día 03/08/2022.

La Fortaleza (2022). Alfajor De España, origen y características. <https://lafortaleza.net/blog/alfajor-de-espana-origen-y-caracteristicas/> . Consultado el día 15/05/2023.

Matriz FODA (2021). “¿Qué es la Matriz FODA?”. <https://www.matrizfoda.com/dafo/>. Consultado el día 28/07/2022.

Sánchez Galán, Javier (2020). “Economipedia: Sociedad de Responsabilidad Limitada”. <https://economipedia.com/definiciones/sociedad-de-responsabilidad-limitada.html>. Consultado el día 22/05/2023.

SEPIE (2021). Memorandos de Entendimiento.
http://sepie.es/doc/internacionalizacion/mou_min.pdf. Consultado el día 06/08/2022.

Tarifar (2023).
<https://app.tarifar.com/web/nomenclatura/results?nomenclatura=%221%22&posicion=%221905.90.90.410%22>

TIBA (2020). “Incoterms 2020”. <https://www.tibagroup.com/incoterms-2020/?lang=es>. Consultado el día 15/05/2023.

Trademap (2022). Comercio bilateral entre España y Argentina en 2021.
<https://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3%7c724%7c%7c032%7c%7c1905%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1>. Consultado el día 06/08/2022.

ANEXO

Plan de Negocios

Empresa: “Alimentos Mamina SRL”

Producto: Alfajores Sin Culpa.



INTRODUCCION GENERAL.

El siguiente Plan de Negocios se basa en la Empresa “Alfajores Sin Culpa”, elaboradora y comercializadora de productos alimenticios. La misma se encuentra ubicada en la calle Coronel Biedma 456, Rosario, Santa Fe. Podemos contactarnos con ellos telefónicamente a través del número 0341- 4613461, como así también mediante su correo electrónico info@sinculpa.com.

Además, cuentan con página web y diversas redes sociales, las cuales son sumamente importantes actualmente. Las detallamos a continuación:

- Sitio Web: <https://www.sinculpa.com/es/alfajores/>
- Instagram: AlfajoresSinCulpa
- Facebook: Alfajores SinCulpa

La razón social es Alimentos Mamina SRL. Su número de CUIT es: 30-68548645-4.

La persona con la cual realizamos el contacto es Leonela Sandoval, quien se encuentra a cargo del Departamento Ventas.

Dentro de la empresa se encuentran diversas áreas: compras, ventas, depósito y stock, recursos humanos, calidad y hace pocos años se comenzó a desarrollar el área de comercio exterior.

La empresa se desarrolla en el rubro alimenticio, dentro de los sectores secundarios y terciarios, ya que es fabricante y comercializadora de diversos productos ¹ tales como:

- ✓ Alfajores de chocolate, maicena y frutales.
- ✓ Barritas de arroz, de chocolate o fruta, libres de gluten.
- ✓ Snacks de Arroz libre de gluten.
- ✓ Copitos de dulce de leche cubiertos con baño de chocolate.

¹ En el Anexo I se incluyen fotos de sus tentadores productos

A modo de reseña histórica, Sin Culpa se caracteriza por poner su diferencial en el origen artesanal de cada una de sus recetas, motivo por el cual utilizan materias primas de primera calidad. Actualmente los dueños de la empresa son la tercera generación de una familia que se dedicó por muchos años a producir alimentos.

Si bien actualmente es una marca “reconocida” en nuestra ciudad, se trata de una PyME que no cuenta con mucha trayectoria ya que todo comenzó en el año 2015/2016 con la fabricación de alfajores y barras de arroz.

Con relación al comercio exterior, la empresa importa productos de origen chileno para la fabricación de barritas de arroz, más específicamente fruta disecada para darle sabor al producto. En cuanto a las exportaciones, desde mediados del año 2018, Sin Culpa comenzó a introducir sus productos de forma directa en mercados internacionales. Fue así que comenzó sus exportaciones a Uruguay y al poco tiempo se sumó Estados Unidos.

En cuanto al país vecino, los primeros productos que se comercializaron fueron alfajores frutales y barras de arroz, sumando poco a poco algunos productos más del catálogo, como ser alfajores de chocolate y snacks de arroz.

Por su parte, con Estados Unidos sólo se comercializan alfajores de chocolate en formato SixPack, aunque se espera que próximamente se puedan sumar barras de arroz de diversos sabores.

Si bien la agenda externa es acotada, la empresa se encuentra en tratativas para poder comenzar a introducir sus productos en varios países como ser Bolivia, Paraguay, Chile, Brasil, Colombia y Canadá.



PRODUCTO



Para desarrollar el presente Plan de Negocios, nos centraremos únicamente en Alfajores de Chocolates en sus dos sabores (blancos y negros).

Según el Código Alimentario Argentino, se entiende por “Alfajor” al producto constituido por dos o más galletitas, galletas o masas horneadas, adheridas entre sí por productos tales como mermeladas, jaleas, dulces u otras sustancias o mezclas de sustancias alimenticias de uso permitido. Podrán estar revestidos parcial o totalmente por coberturas, o baños de repostería u otras sustancias y contener frutas secas enteras o partidas, coco rallado o adornos. (Alimentos Argentinos, 2018).

Con relación a nuestro producto, se trata de alfajores artesanales, compuestos por dos tapas de alfajor -galletitas- y rellenos con dulce de leche cuyo baño de repostería ² puede ser blanco, o chocolate negro semiamargo. Los atributos que posee este producto es que están fabricados con tapas de galletitas caseras y su baño de repostería es realizado con productos de primera calidad, por ejemplo, Chocolate Águila³.

CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

- Posición arancelaria del producto: 1905.90.90.410A
- Descripción según nomenclador:

Elaborados exclusivamente con harina de trigo

Alfajores - Los demás

PRODUCTOS DE PANADERÍA, PASTELERÍA O GALLETERÍA, INCLUSO CON ADICIÓN DE CACAO; HOSTIAS, SELLOS VACÍOS DE LOS TIPOS UTILIZADOS PARA MEDICAMENTOS, OBLEAS PARA SELLAR, PASTAS SECAS DE HARINA, ALMIDÓN O FÉCULA, EN HOJAS, Y PRODUCTOS SIMILARES. (Tarifar, 2023).

² Los baños de repostería están hechos de polvo de cacao y grasas vegetales como el aceite de palma o el aceite de coco, cumplen la función de una cobertura de chocolate de fácil manipulación.

³ Tal como indica la página oficial, Águila simboliza la tradición del chocolate más puro, y fue la empresa pionera por excelencia en la elaboración de chocolates y productos derivados del cacao. Actualmente sigue representando los más altos estándares de calidad en el mundo del chocolate. (Chocolate Águila, 2019).

Tratamiento Arancelario:

DE%: 4,5 % Derecho de Exportación.

RE%: 1,25 % Reintegro.

Intervenciones Previas:

INAL (Instituto Nacional de Alimentos) – Exportación de Alimentos.

El INAL, como autoridad sanitaria nacional, es el responsable de verificar las condiciones higiénico-sanitarias, bromatológicas y de identificación comercial de los productos que entren o salgan del país. Cumplidos esos requisitos, pueden comercializarse, circular y expendirse en todo el territorio nacional. (ANMAT, 2022)

Documentación obligatoria: en primer lugar, es fundamental que la empresa se encuentre habilitada para poder realizar gestiones de importación/exportación, para esto debe estar inscripto en el Registro de Importadores y Exportadores ante la Dirección General de Aduanas. En relación a los documentos necesarios para realizar la exportación, será necesario contar con Factura Comercial “E”, Packing List, Senasa - Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria - (declaración jurada que implica que la mercadería está en condiciones de ser trasladada), documento de transporte y certificado de origen en caso de que corresponda.

De forma complementaria será necesario completar a través de la plataforma Trámites a Distancia el formulario correspondiente al INAL, donde se declara de forma detallada la mercadería sujeta a la exportación, indicando que cumple con los requisitos para poder comercializarse. Por otro lado, al tratarse de productos alimenticios se deberá realizar una notificación de exportación según lo establecido por la Disposición E 10100/2017. Se trata de un trámite sumamente sencillo, el cual se realiza de forma gratuita también a través de la plataforma Trámites a Distancia. (ANMAT, 2022)

Para conocer la situación de la empresa, tanto interna como externa realizamos la Matriz F.O.D.A. El objetivo primario del análisis FODA consiste en obtener conclusiones sobre la forma en que el objeto estudiado será capaz de afrontar los cambios y las turbulencias en el contexto, (oportunidades y amenazas) a partir de sus fortalezas y debilidades internas. (Matriz FODA, 2022).

FORTALEZAS (*factores internos*)

- ✓ Utilización de materias primas de primera calidad.
- ✓ Amplio catálogo de productos, el cual incluye productos Sin TACC.
- ✓ Tecnología en maquinaria y constante innovación.
- ✓ Precios competitivos. Relación precio-calidad.

OPORTUNIDADES (*factores externos*)

- ✓ Productos Sin TACC. Cuentan con productos aptos para celíacos, lo cual permite abrir un panorama más amplio de consumidores.
- ✓ Diversidad de productos para ofrecer al público.
- ✓ Crecimiento en la red de proveedores.

DEBILIDADES (*factores internos*)

- ✓ Empresa relativamente nueva en el mercado externo. Poca experiencia.
- ✓ Costos de inversión.
- ✓ Ineficiencia en la logística y distribución del producto, tanto en el mercado interno como externo.

AMENAZAS (*factores externos*)

- ✓ Inflación. Influye directamente sobre los costos tanto de producción como de comercialización.
- ✓ Competitividad. Existencia de productos similares, tanto en el mercado interno como externo.
- ✓ Inestabilidad del mercado.
- ✓ Barreras arancelarias y no arancelarias para el ingreso al mercado de destino. (requisitos legales que deben cumplimentar)

MISION, VISION Y VALORES DE LA EMPRESA.

➤ **Misión.** Empresa dedicada a la fabricación de productos alimenticios, poniendo el diferencial en el origen artesanal de cada una de las recetas, utilizando materias primas de primera calidad para lograr satisfacer las necesidades de los consumidores.

➤ **Visión.** Consolidarse en el mercado interno como una empresa líder en el rubro y lograr posicionar la marca en el mercado externo, pudiendo así alcanzar nuevos y potenciales consumidores.

➤ **Valores.** Alfajores Sin Culpa se caracteriza desde sus comienzos como una empresa familiar, que logró insertarse en el mercado a costo de sacrificios, errores y aciertos. Actualmente cuenta con un equipo de trabajo que día a día se esfuerza para conseguir un producto que satisfaga las necesidades del consumidor objeto.

A continuación, se insertan imágenes de los productos que trabajaremos en el Plan de Negocios.

❖ *Alfajor de Chocolate relleno con dulce de leche cubierto con baño de repostería semi amargo 60gr.*



Fuente: extraído de Alfajores Sin Culpa. (2022). [Fotografía]. <https://www.sinculpa.com/es/alfajores/>

❖ *Alfajor de Chocolate blanco relleno con dulce de leche cubierto con baño de repostería blanco 60gr.*



Fuente: extraído de Alfajores Sin Culpa. (2022). [Fotografía]. <https://www.sinculpa.com/es/alfajores/>

En cuanto a su envase, embalaje y packaging, cada alfajor se encuentra envuelto en papel “Flow pack”, y en el reverso cuenta con toda la información nutricional y los ingredientes del mismo. Estos, a su vez, están agrupados en “blísteres” de cartón.

En el caso de los alfajores de chocolate los mismos se encuentran agrupados en 8 unidades. Es decir, cada blíster contiene 8 alfajores. Los mismos presentan la imagen del producto y toda la información nutricional y legal, con el diseño pertinente para ser presentado al público directamente.

Para la distribución de este tipo de alfajor, se agrupan los blísteres en cajas de cartón mono canal donde se pueden colocar hasta dieciocho de ellos, por lo que el fraccionamiento total de los Alfajores de chocolate -tanto blancos como negros- se sintetizaría en: cajas madres compuesta por 18 blísteres, los cuales contienen 8 alfajores, llegando a un total de 144 alfajores por caja madre. En un pallet de madera con medidas normalizadas de 1m x 1.2m pueden entrar hasta 48 cajas madres de alfajores.

El envío final se realizará por un total de 10 pallets (5 pallets de alfajores blancos y 5 pallets de alfajores negros), lo cual da como resultado un total de 480 bultos. Dicha cantidad va a permitir amortiguar los gastos en los que incurre la empresa para realizar la exportación. Teniendo en cuenta estos datos, para el presente Plan tomaremos como referencia un bulto – caja madre – de alfajores de 60gr, en base al mismo formularemos los costos correspondientes de la exportación.

En cuanto al rotulado del envase, el mismo contiene el logo de Sin Culpa, con la imagen y la descripción del alfajor que se encuentra dentro (blanco o negro respectivamente). En la parte posterior se encuentra la información nutricional e ingredientes utilizados, los datos de la empresa elaboradora e información de los países que importan el producto.

ESTUDIO DE MERCADO
REINO DE ESPAÑA.



DATOS BASICOS. (información extraída del año 2021-2022)

El nombre oficial es Reino de España. Se encuentra ubicada en el sur de Europa y su territorio cuenta con una superficie de 506.002 km² y una población de 47.351.567 habitantes (2021). La capital es Madrid.. (INTELCOM, 2021)

La forma de gobierno actual es una monarquía parlamentaria, cuentan con un rey Felipe IV y el presidente Pedro Sánchez Perez-Castejon. España es un Estado democrático, de derecho y de bienestar, con una economía de mercado. El sistema de gobierno se basa en la soberanía nacional, la división de poderes y un sistema parlamentario por el papel central que tiene el poder legislativo o Parlamento. La soberanía nacional corresponde al pueblo español, es decir, todos los ciudadanos son titulares del poder público y de él derivan los poderes legislativo, ejecutivo y judicial. (Gobierno Español, 2022.)

Los ciudadanos participan en los asuntos públicos a través de los representantes que se eligen en elecciones libres, universales, secretas y plurales. También participan en los asuntos públicos de forma directa, en los casos previstos por las normas, por ejemplo: iniciativa legislativa popular, ocupando cargos públicos, ejerciendo el derecho de petición, votando en referéndum y participando en consultas, entre otras. (Gobierno Español, 2022)

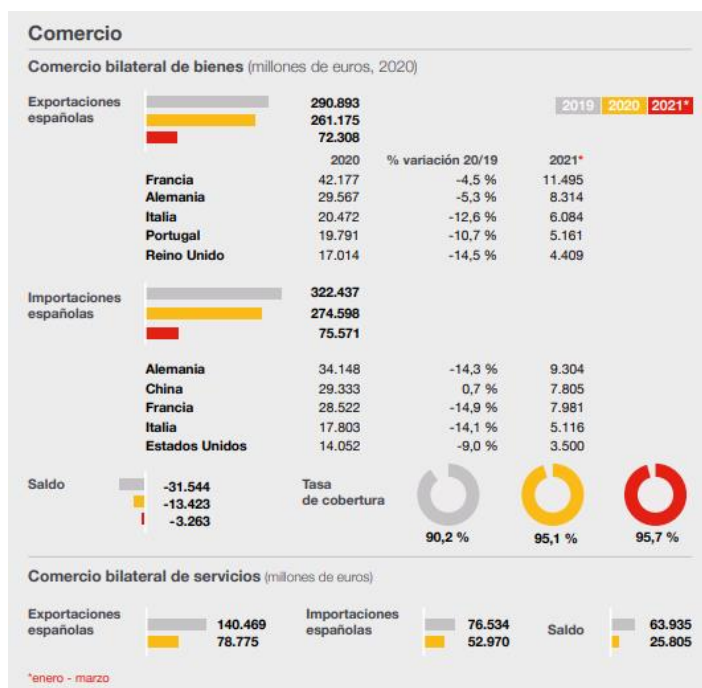
Respecto a la religión, la gran mayoría son católicos y representan el 61,3 % de la población, mientras que el resto se consideran creyentes de otras confesiones. (ICEX, 2021)

El español - castellano - es la lengua oficial de todo el estado, aunque hay otras lenguas españolas que son también oficiales en las respectivas comunidades autónomas de acuerdo con sus estatutos, siendo el inglés la lengua extranjera más estudiada. (ICEX, 2021)

El Reino de España cuenta con una división administrativa de 17 comunidades autónomas, 50 provincias y 2 ciudades autónomas, Ceuta y Melilla. (ICEX, 2021)

Los principales recursos naturales con los que cuenta el territorio son cobre, cinc, plomo, potasas, yeso, sepiolita, sulfato sódico, estroncio, fluorita, wolframio, rocas ornamentales y tierras cultivables. (ICEX, 2021)

La moneda utilizada es el Euro (EUR).



Fuente: imagen extraída de la página oficial de ICEX, 2021. (España Exportación e Inversiones).

El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de España, en 2021, fue de 25.460 € euros, por lo que se encuentra en el puesto 36 de los 196 países del ranking de PIB per cápita. (Datos Macro, 2022)

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva nos muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los españoles tienen una buena calidad de vida. (Datos Macro, 2022).

RELACION BILATERAL ARGENTINA- ESPAÑA

Respecto a cuestiones diplomáticas, España es uno de los socios más importantes de Argentina, con relaciones políticas, económicas, culturales y de cooperación de larga trayectoria e intensidad. La relación entre ambos países se enmarca en una pluralidad de Acuerdos (Tratado de Amistad y Cooperación, Convenios Educativo y Cultural, Acuerdo de Protección de Inversiones, Convenio para evitar la Doble Imposición, etc.). (ICEX, 2021.)

En cuanto a cuestiones económicas España y Argentina mantienen una estrecha relación bilateral, marcada por los flujos migratorios, la inversión, el comercio y el turismo. Los argentinos valoran positivamente la oferta comercial, pero el intercambio comercial se enfrenta a diversas barreras arancelarias y no arancelarias. (ICEX, 2021)

A continuación, realizamos un cuadro comparativo entre la cantidad exportada por Argentina hacia España y hacia el resto del mundo. Para realizar este cuadro hemos tomado como referencia el año 2021 ya que es el más reciente y los datos están conformados por valores en miles de USD durante el año 2021, como así también en cantidad exportada durante el mismo año.

Codigo del producto	Descripción del producto	Argentina exporta hacia el mundo				
		Valor 2021, en miles de US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2017-2021,% p.a	Participacion en las exportaciones mundiales, %	Cantidad exportada en 2021	Unidad de medida
1905	Productos de panadería, pastelería o galletería, incl. con adición de cacao, hostias, sellos..	75952	-4	0	36333	Toneladas

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos través del sitio web www.trademap.org/Index.aspx. (TradeMap, 2022)

Código del producto	Descripción del producto	Argentina exporta hacia España				
		Valor 2021, en miles de US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2017-2021,% p.a	Participacion en las exportaciones de Argentina, %	Cantidad exportada en 2021	Unidad de medida
1905	Productos de panadería, pastelería o galletería, incl. con adición de cacao, hostias, sellos..	1586	6	2	412	Toneladas

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos través del sitio web www.trademap.org/Index.aspx. (TradeMap, 2022)

A partir de lo expuesto, notamos que es evidente que el comercio con España de la partida arancelaria que conforma nuestro producto no es relevante en comparación con las cantidades tanto en valores como en unidades que se exportan al resto del mundo.

Mientras que Argentina exportó hacia el mundo 36.333 toneladas de la partida arancelaria 1905 (dentro de la cual se encuentra el producto en cuestión), a España solo exportó unas 412 toneladas durante el año 2021.

Si bien no son datos alentadores, ya que es “poca” la cantidad exportada hacia el país elegido como mercado destino, creemos que es una cualidad para llegar a mayores consumidores con un producto como el nuestro.

Nos resulta pertinente remontarnos a los orígenes del producto en cuestión. ¿De dónde proviene este emblema nacional? El origen del alfajor argentino está relacionado con su homónimo árabe, que aún se produce en España. De hecho, la palabra tiene raíces en el vocablo hispano-árabe “al-hasú”, que significa “el relleno”. Se piensa que sus comienzos ocurrieron durante los tiempos de Al Ándalus, cuando el territorio ibérico era dominado por el poder musulmán (711-1492), quienes dejaron en España un legado gastronómico que perdura hasta hoy. Llegó a América del Sur de la mano de los primeros conquistadores españoles, alrededor del siglo XV. Sin embargo, con el paso del tiempo el alfajor adquirió una nueva identidad marcada por las influencias locales y ya en el siglo XVII el alfajor tenía una gran aceptación en la comunidad local. Las primeras ventas eran realizadas en canastos y bandejas que colgaban del cuello de los reposteros. Cada cual tenía su propia receta. Luego, llegó el turno de las primeras confiterías. De esta forma el alfajor se convirtió en el postre y souvenir elegido por los turistas que visitan Argentina, eligiendo la versión más representativa del lugar que deciden recorrer. (Google Arts & Culture, 2023).

El producto en destino que más se asemeja al desarrollado en nuestro plan de negocios, es un dulce tradicional, también llamado “alfajor” pero que, cabe destacar, en nada se parece al primero (ni en su forma, ni en sus ingredientes) ya que se consume sobre todo en época navideña y que se elabora principalmente con harina, azúcar y almendra. (La Fortaleza, 2022)



Fuente: extraída de página web. [Fotografía].<https://comohacerpancasero.net/> (2022).

En Europa y más específicamente España, hace ya unos años tomó mayor importancia el término de “mercado de productos nostálgicos”.

Diversas fuentes coinciden en que cuando las personas emigran a otros países, independientemente de los motivos que los hayan impulsado a tomar esa decisión, llevan también su cultura, hábitos y costumbres. Definitivamente, son aspectos que se pondrán en juego en el proceso de adaptación a su nuevo lugar de residencia. Los gustos y preferencias gastronómicas del migrante tomarán escena ante cada nuevo plato o comida local que tenga oportunidad y/o intención de probar. También lo harán cuando no pueda satisfacer aquellos que parecen irrenunciables, y por los que sentirá alguna nostalgia al estar lejos de su país de origen. Nace de esta forma el concepto de productos nostálgicos, que, si bien puede aplicarse a una amplia gama de bienes, cobra especial relevancia cuando se trata de alimentación. (Baldissare 2021).

La comunidad latinoamericana en Europa -y de modo particular en España-, es muy numerosa. Es parte de la razón por la que distintas actividades económicas se han instalado y desarrollado para atender lo que sin duda constituye un atractivo nicho de mercado. (Baldissare, 2021).

En el último tiempo se ha podido observar cómo las góndolas demuestran la existencia de los acuerdos comerciales entre Latinoamérica y la Unión Europea, dando lugar a que no sólo se encuentren materias primas, sino productos de mayor valor agregado listos para el consumo final. (Baldissare, 2021).

El alfajor, entre tantos otros productos, conforma uno de los principales productos nostálgicos. Millones de argentinos se consideran amantes de lo dulce y en especial, del dulce de leche y gran parte de esta sociedad se encuentra instalada en España. Por este motivo, nos resulta pertinente exportar nuestro producto hacia ese destino.

Consideramos que debemos aprovechar los gustos y preferencias de los consumidores argentinos que se encuentran allí, aunque también es una excelente oportunidad para ampliar la cartera de clientes y llegar a nuevos consumidores. Si bien no es un objetivo fácil, tampoco es imposible. Lograr insertarse en un mercado relativamente poco explotado es todo un desafío.

Uno de los obstáculos que deben superar los productos alimenticios son los requisitos legales a la hora de gestionar los registros sanitarios, como así también las intervenciones de terceros organismos, como ser el INAL en nuestro caso.

Por otro lado, y centrándonos en nuestro producto, el mayor inconveniente a la hora de exportar es el rápido vencimiento. La vida útil de los alfajores es de un poco más de 3 meses, tomando como límite la fecha indicada en los envases y embalajes respectivos.

La corta vida útil conlleva a diversas cuestiones, entre ellas, analizar con anticipación cuál será el volumen que se exportará para no fabricar en exceso alfajores que se acondicionan para el mercado exterior. El volumen exportado se encuentra estrechamente vinculado con el stock, tanto de la fábrica exportadora como el stock que tendrá nuestro importador. Resulta pertinente durante los primeros envíos asegurar poco volumen, pero lo necesario para que el producto rote en el exterior y no se venza.

Un aspecto fundamente en la relación bilateral entre España y nuestro país, son los distintos acuerdos comerciales. Dentro de los más relevantes en el ámbito económico y comercial podemos distinguir los siguientes: Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones -APPRI- (1991); Acuerdo de Cooperación ICEX-Export.Argentina (1999); Acuerdo marco de Cooperación Comercial y Económica. (1990); Plan de Acción para la Profundización de la Asociación Estratégica entre España y Argentina (2017); Acuerdo de Cooperación en materia de Turismo (2000); MOU ⁴entre los Ministerios de Industria, Comercio y Turismo español y el Ministerio argentino de Desarrollo Productivo (2020); MOU entre la Secretaría de Estado de Medio Ambiente de España y la de Infraestructura y Política Hídrica de Argentina para la cooperación en materia de manejo integral de recursos hídricos (2018); MOU en el Ámbito de Infraestructura y Transporte entre el Ministerio de Transporte de Argentina y el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España (2018); MOU sobre cooperación en materia de ciberseguridad entre el Ministerio de Modernización de Argentina y el de Energía, Turismo y Agenda Digital de España (2017), entre otros. (ICEX, 2021).

⁴ MOU (Memorandum of Understanding): Un memorando de entendimiento es un documento escrito firmado por los representantes de dos o más entidades, que comportan declaraciones de voluntad para actuar con un objetivo común, sin comprometer jurídicamente a ninguna de las partes. (SEPIE, 2021).

EMBAJADAS Y CONSULADOS

Las embajadas, representaciones y misiones en todo el mundo ejercen la representación del país y sus intereses políticos y económicos ante los Estados y Organismos Multilaterales de destino, como así también, promueven y difunden nuestra imagen y cultura en el exterior. Por otra parte, la existencia de Consulados permite brindar la asistencia, el apoyo, la orientación y la contención necesaria a los ciudadanos argentinos radicados en el exterior, ya sea en caso de emergencias, urgencias y eventualidades y también representan a los organismos nacionales del Estado en diversas partes del mundo para la ejecución de trámites legales y administrativos. (Cancillería Argentina, 2022).

Argentina cuenta con diversas formas de representación en el Reino de España, entre ellas podemos destacar los consulados, embajadas y centros de promoción.

En Madrid (capital de España) se encuentra la Embajada, ubicada en Calle Fernando el Santo N° 15, Piso 1°. Podemos contactarnos a través del correo electrónico eespa@mrecic.gov.ar o llamando al número 0034917710500. Toda la información necesaria se puede obtener mediante su sitio web <https://eespa.cancilleria.gob.ar/>. Por su parte, en Barcelona radica el Consulado General y Centro de Promoción, mientras que en Cádiz, Madrid, Palma, Tenerife y Vigo se desarrollan diversos Consulados. (Cancillería Argentina, 2022).

ESTRATEGIA DE INSERCIÓN

La participación en ferias y exposiciones es una herramienta valiosa y efectiva, tanto para las empresas que intentan iniciarse en la actividad exportadora como las que ya están establecidas en el mercado. Entre las principales ventajas que ofrecen las Ferias Internacionales, podemos distinguir la concentración de diversos clientes potenciales en un mismo lugar, la presentación de los productos, la evaluación de la reacción de los clientes ante el producto exhibido, el interés de los visitantes y el contacto con desconocidos, el conocimiento con los competidores, entre otros. (Cabezas, 2015).

Consideramos que el producto elegido para desarrollar el presente Plan de Negocios es sumamente satisfactorio para asistir en ferias y exposiciones ya que permite que quienes se acerquen al stand, además de ver el producto, pueden consumirlo y degustarlo para tener una experiencia más cercana con la marca.

Existen diversos canales de comercialización en el comercio internacional, algunos de ellos pueden ser agentes, distribuidores, minoristas y consumidores finales. En este caso, la estrategia de inserción del producto en el mercado de destino será a través de la venta directa con un distribuidor en destino que luego comercializará el producto con el usuario final.

Dicha estrategia implica que el exportador lleve el control de todo el proceso de comercialización, lo cual le permite establecer una relación directa con el cliente y el mercado en destino, incrementando el conocimiento y el margen de ganancias, ya que a través de la venta directa no existen intermediarios en el proceso. (Falcón, 2009).

La venta a través de distribuidores significa que quien le compra los productos a la PYME en el país de origen, luego los vende directamente en el mercado donde opera. La regla general es que el distribuidor mantenga un stock suficiente de productos y se haga cargo de los servicios pre y post-venta, lo que libera al productor de esas tareas. (Diario del Exportador, 2018).

Otra de las ventajas de este canal radica en que el distribuidor conoce a la perfección el mercado al cual van dirigidos los productos, por lo cual lo hace una de las estrategias más habituales en el comercio exterior.

CONDICION DE VENTA

Los INCOTERMS o términos de comercio internacional son aquellos que representan el acuerdo entre empresas para la compra-venta internacional y modo de entrega de mercancías. Los mismos especifican las responsabilidades de las partes involucradas, así como sus derechos, costes asociados a la operación y otras cláusulas negociadas en el contrato.

La CCI- Cámara de Comercio Internacional- es quien se ha encargado de definir y actualizar los Incoterms desde el año 1936, realizando revisiones periódicas, la última ha sido publicada el 1 de enero de 2020.

La importancia de los Incoterms radica en el establecimiento de definiciones estándares sobre cómo se van a repartir las responsabilidades, los gastos y la transmisión de riesgo entre quien compra y vende la mercadería. Son reconocidos mundialmente, de aceptación voluntaria y muy útiles para unificar y esclarecer todas las condiciones que aplican en un acuerdo de

compraventa, reduciendo toda probabilidad de ambigüedades y confusiones. Por tal motivo, es sumamente importante que los términos de comercio internacional sean redactados de forma clara y precisa. (TIBA, 2020).

Los Incoterms se usan para regular cuatro elementos fundamentales del contrato: la entrega de mercancía; transmisión de riesgos; distribución de gastos y trámites aduaneros. Para una mejor comprensión de los mismos se separan en diversos grupos. A continuación, explicaremos brevemente en qué consiste cada uno de ellos:

Grupo E (Entrega en fábrica): responde a las siglas EXW (ex-works) y estipula que el vendedor entregará la mercancía directamente en las instalaciones de la empresa del comprador. El comprador está obligado a cubrir la responsabilidad y gastos de carga, maniobra y descarga, así como del seguro si desea contratar uno.

Grupo F. Dentro de esta categoría se agrupan tres incoterms.

- FCA (Free Carrier/ Franco Transportista): el vendedor entrega la mercancía en un sitio acordado, asumiendo gastos y riesgos hasta dicho punto, y el comprador asume la responsabilidad hasta la descarga final. Con la última actualización se puede incluir al transportista la expedición de una carta de embarque para probar la entrega de la mercancía.

- FAS (Free Alongside Ship): para transporte marítimo de cargas a granel o de gran volumen. La entrega es en el muelle o puerto que se acuerde, luego de la entrega el comprador es quien asume la responsabilidad sobre los gastos y riesgos.

- FOB (Free On Board): se utiliza solamente para el transporte marítimo y el vendedor tiene la responsabilidad hasta la subida a bordo de la mercancía, y a partir de ahí se transmite el riesgo al comprador, incluido flete, descarga, tramites de importación y su entrega en destino.

Grupo C. En esta entrega el vendedor es el encargado de contratar el transporte para llevar la mercancía hasta el punto acordado con el comprador, asumiendo la responsabilidad, el riesgo o los costes generados por la salida de la mercancía a su destino. Dentro de esta categoría se incluyen 4 incoterms.

- CFR (Cost and Freight): también para el transporte marítimo. El vendedor asume los gastos hasta el momento en que la mercancía se entregue en puerto de destino. No obstante, con

este Incoterm se especifica que el riesgo durante el trayecto en el buque queda de parte del comprador.

- CPT (Transporte pagado hasta): el vendedor utiliza cualquier tipo de transporte y asume los gastos hasta la entrega en destino; el riesgo cuando la carga va con el transportista vuelve a ser del comprador.

- CIF (Costo, seguro y flete): es igual al término anterior, pero con el adicional de que el vendedor contrata un seguro para la protección de la mercancía, que en los anteriores no es obligatoria. Con respecto a este Incoterm se añadió una actualización que indica que la cobertura debe ajustarse a las Cláusulas de Carga del Instituto (ICC “C”).

- CIP (Transporte y seguro pagado hasta): válido para cualquier tipo de transporte, el vendedor asume toda la responsabilidad, riesgos, gastos del seguro y transportista durante todo el proceso de movilización de la mercancía. La cobertura del seguro es ICC “A”.

Grupo D. A diferencia de la entrega directa del Grupo E la responsabilidad, riesgos y gastos son responsabilidad del vendedor desde el momento de la salida de la mercancía hasta su entrega en el destino pactado. En este último grupo, se agrupan 3 incoterms.

- DPU (Entregado en el lugar descargado): el vendedor asume todos los riesgos y costes hasta el punto de entrega en el lugar acordado. Es nuevo, y sustituye a DAT que limitaba esta responsabilidad hasta la terminal. Es posible usar cualquier clase de transporte. El comprador asume los trámites de importación.

- DDP (Entregado con derechos pagados): para todo tipo de transporte, costes y riesgos los asume el exportador, incluido los trámites de importación.

- DAP (Entregado en punto): El comprador asume los trámites de importación y de descarga; el resto de los gastos y riesgos queda de parte del vendedor hasta la entrega formal. También se puede utilizar cualquier transporte.

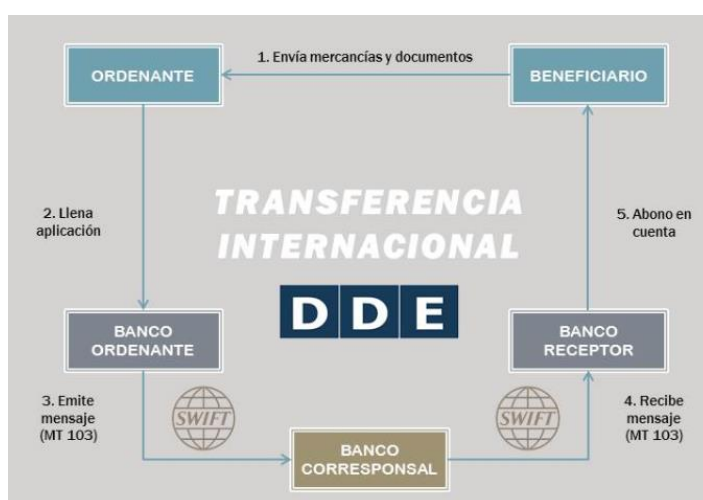
Ya habiendo explicado brevemente en el Resumen Ejecutivo cuáles son las condiciones de venta que rigen el comercio internacional estamos en condiciones de definir el incoterm que utilizaremos para desarrollar el presente Plan de Negocios.

Luego de analizar las ventajas y desventajas de cada uno, consideramos pertinente utilizar el Incoterm FCA (Free Carrier). El mismo le permite al exportador tener un mayor control de la carga, como así también hacerse cargo de los costos y riesgos asociados hasta la entrega de la mercadería en el punto acordado con el vendedor. Dicha cláusula, requiere que el vendedor realice todos los trámites relacionados al despacho de exportación. A partir de la entrega en el lugar convenido, los riesgos se transmiten inmediatamente al importador. Se trata de una cláusula muy versátil y útil, principalmente para las empresas relativamente nuevas en el Comercio Internacional, por tal motivo trabajaremos con la condición de venta FCA ROSARIO.

MEDIOS DE PAGO

Al igual que sucede con los Incoterms, toda compraventa internacional de mercancías se ve afectada por la relación de confianza que existe entre ambas partes (exportador e importador). Siempre existe un cierto nivel de riesgo y en gran parte depende del medio de pago internacional escogido. (Diario del Exportador, 2017).

Alfajores Sin Culpa realiza el cobro de sus exportaciones a través de la transferencia bancaria internacional. Es un medio de pago que se define como el traslado de dinero de una entidad financiera a otra, de manera electrónica, a través de un código SWIFT. Los principales datos que se requieren son el nombre del beneficiario, plaza y país, importe y moneda, banco pagador o del beneficiario (código Swift), número de cuenta del beneficiario. (Diario del Exportador, 2017).



Fuente: extraída del Diario del Exportador, 2023. <https://www.diariodelexportador.com/>

La principal ventaja de este medio de pago radica en que es uno de los más sencillos, con una operatoria muy ágil y los costos son mínimos. La empresa exportadora trabajará con una condición de pago 60% anticipado- 40% diferido, ya que es un importador nuevo y la confianza entre las partes es relativamente poca.

Los cobros de exportaciones deberán ser ingresados y liquidados en el mercado de cambios dentro de los 5 (cinco) días hábiles de la fecha de cobro, por lo tanto, el importador tendrá la obligación de emitir el pago de la factura correspondiente a la carga al vencimiento de esta.

Una vez recibido el Código Swift, nuestro Banco nos comunicará que las divisas ya se encuentran en la cuenta para liquidarlas. Para esto, será necesario adjuntar factura definitiva o proforma y copia del permiso de embarque según el código que corresponde.

COSTOS



Planilla de costos y precios de exportación

1. Costos de producción

Materia prima y materiales		
	Nacionales o extranjera adquiridas en plaza	\$ 30,000
	Extranjera (valor CIF)	\$ -
	Importada en forma definitiva	\$ -
	Importada en forma de admisión temporaria	\$ -
Mano de obra y cargas sociales		\$ 5,000
Gastos de fabricación		\$ 3,000
Gastos administrativos		\$ 5,000
Gastos de comercialización		\$ -
Gastos financieros		\$ 1,00
Otros Gastos		\$ -
Subtotal rubro 1		\$ 44,000

2. Gastos de exportación

Etiquetas, manuales, folletos, etc	\$ 4,000
Acondicionamiento interiores	\$ 1,000
Envases y embalajes	\$ 3,000
Marcas, rótulos, etc	\$ 2,000
Almacenaje	\$ -
Seguros interiores	\$ -
Documentación para embarque	\$ 1,000
Transportes interiores	\$ 3,000
Muestras	\$ -
Gastos portuarios	\$ -
Alquiler de contenedor	\$ -
Verificaciones y demás gastos necesarios para el embarque	\$ -
Gravámenes específicos a la exportación	\$ -
Gastos despachante	\$ 2,000
Gastos no imponibles	\$ -
Gastos bancarios	\$ 1,000
Gastos generales integrales	\$ -
Subtotal rubro 2	\$ 17,000

3. Gastos de administración, comercialización y financieros

Departamento de exportación	\$ -	
Investigación de mercado	\$ 2,000	
Publicidad en el exterior	\$ -	
Intereses de financiación		
	Financiación en el exterior	\$ -

Financiación en plaza	\$ -
Avales y garantías	\$ -
Otros gastos	\$ -
Subtotal rubro 3	\$ 2,000

4. Beneficios cuya base de cálculo no está relacionada con el precio FOB

Draw-back	\$ -
Reembolso adicional sobre el seguro y el flete internacional (Ley 23.018)	\$ -
Recuperos diversos	\$ -
Subtotal rubro 4	\$ -

5. Utilidad (importe fijo por unidad de cotización, neto del impuesto a las ganancias)

Utilidad	\$ -
Neto del impuesto a las ganancias	\$ -
Subtotal rubro 5	\$ -

6. Costo total de pre - exportación

Costo total pre exportación	\$ -
CT pre/exportación	\$ 63,000

7. Gastos de exportación cuya base de cálculo es el precio FOB

	%FOB	Monto
Derecho de exportación (ad valore)	0,00%	\$ -
Comisiones bancarias	0,20%	\$ 0,130
Comisiones por intermediación	0,00%	\$ -
Honorarios del despachante de aduana	0,50%	\$ 0,325
Seguro de créditos	0,00%	\$ -
Garantías	0,00%	\$ -
Envíos para cubrir faltantes	1,00%	\$ 0,650
Gastos no imponibles	0,00%	\$ -
Otros gastos	0,00%	\$ -
Subtotal rubro 7	1,70%	\$ 1,105

8. Beneficios a las exportaciones cuya base de cálculo es el precio FOB

Reintegros y reembolsos		
Reintegro de la NCM	1,25%	\$ 0,813
Reintegro por intercambio compensado	0,00%	\$ -
Reintegro por reconversión productiva	0,00%	\$ -
Reintegro por envío al Área Aduanera Especial	0,00%	\$ -
Reembolso adicional por puertos patagónicos	0,00%	\$ -

Otros beneficios	0,00%	\$ -
Subtotal rubro 8	1,25%	\$ 0,813

9. Utilidad

	%	Monto
Utilidad	30%	\$ 19,500
Impuesto a las ganancias	0%	\$ -
Acrecentamiento	0%	\$ -
Subtotal rubro 9	30%	\$ 19,500

10. Precio FOB

Precio FOB	\$ 65,000
------------	------------------

Al ser el primer envío que se realiza a España, la empresa realizará una proyección de venta por una única exportación para poder analizar de forma exhaustiva si será viable o no comercializar el producto en destino. Dicha proyección está basada en la fórmula de VAN (Valor Actual Neto), a partir de la cuál obtendremos como resultado saber si la exportación será viable, es decir, si genera rentabilidad para la empresa.

EXPORTACION

FOB – UTILIDAD (30%) = VALOR.

USD 65 – 19,5 = USD 45,5.

PLAZO FIJO

VALOR x T.I (Tasa de Interés)

USD 45,5 x 6,4 % = USD 2,91.

INTERES / VALOR.

USD 2,91 / USD 45,5 = **0,06 < 19,5.**

Para mayor comprensión de la formula, es importante tener en cuenta los siguientes aspectos.

En primer lugar, todos los datos de la formula son tomados para UN BULTO de alfajores, tal como indicamos al comienzo del Plan, como así también los costos del mismo. Por otro lado, tomamos como referencia la Tasa de Interés del plazo fijo del Banco Nación a la fecha 12/05/2023. Para poder obtener la viabilidad, comparamos por un lado el valor neto de la exportación, restándole al precio FOB la ganancia que se pretende obtener, en este caso es del 30% del FOB. El valor total neto es de USD 45,5. Por otro lado, calculamos el interés que se obtendría si la plata en la que incurrimos para realizar la exportación la dejamos trabajar en un plazo fijo del Banco Nación, el cual al día 12/5/2023 tiene una tasa de interés mensual del 6,4%. Para obtener este resultado, multiplicamos la tasa de interés del Banco por el valor neto que calculamos anteriormente. Esto nos da como resultado un 2,91% y luego dividimos el interés por el valor neto calculado anteriormente.

Una vez que se obtienen ambos resultados estamos en condiciones de analizar si el Plan de Negocios es viable o no interpretando las fórmulas de la siguiente manera.

Si el interés es MENOR a la ganancia ($I < G$) la exportación NO SERÁ RENTABLE.

Si el interés es MAYOR a la ganancia ($I > G$) la exportación SERÁ RENTABLE.

Si el interés es igual a la ganancia, dependerá de la empresa realizar la exportación o dejar el dinero en un plazo fijo.

Centrándonos en las fórmulas realizadas para el presente Plan, analizando e interpretando las mismas, llegamos a la conclusión de que la ganancia que obtendría la empresa si decide realizar la exportación es MAYOR que el interés generado por un plazo fijo al día 12/5/2023.

Por tal motivo, para la empresa Alfajores Sin Culpa SERÁ VIABLE realizar el Plan de Negocios, ya que generará mayor rentabilidad.

ANEXO I

Catálogo de Productos - Alfajores Sin Culpa

ALFAJORES.



Alfajor Chocolate Negro
60 gramos.
Relleno con dulce de leche cubierto con baño de repostería semiamargo.



Alfajor Chocolate Blanco
60 gramos.
Relleno con dulce de leche cubierto con baño de repostería blanco.



Alfajor de Maicena
70 gramos.
Relleno con dulce de leche.



Alfajor Mousse de Chocolate
45 gramos.
Relleno de mousse de Chocolate cubierto con baño de repostería.



Blister x 6 de Alfajor Negro Mini «Lanchita»
150 gramos.



Blister x 6 de Alfajor Blanco Mini «Lanchita»
150 gramos.



Blister x 6 de Alfajor Negro «Super»
240 gramos.



Blister x 6 de Alfajor Blanco «Super»
240 gramos.



Alfajor Frutal de Frutos Rojos
30 gramos.
Con relleno con fruta.



Alfajor Frutal de Limón



Alfajor Frutal de Naranja



Alfajor Frutal de Frutilla



Alfajor Frutal de Frutilla Bañado
45 gramos.
Con relleno sabor frutilla con crema cubierto con baño de repostería semiamargo.



Alfajor Frutal de Limón Bañado
45 gramos.
Con relleno sabor limón cubierto con baño de repostería semiamargo.



Alfajor Frutal Batido Tropical
35 gramos.
Próximamente.

COPITOS



Copito Relleno

35 gramos.

Copito de chocolate relleno de dulce de leche.

BARRAS DE ARROZ- SIN TACC.



Sólo
70
Kcal.

Barra de Arroz Chocolate con Trocitos de Frutilla

Sin Tacc 14 gramos.

Con semillas de amaranto, sésamo, chía y naranja.



Sólo
67
Kcal.

Barra de Arroz Chocolate con Trocitos de Naranja

Sin Tacc 14 gramos.

Con semillas de amaranto, sésamo y chía.



Sólo
69
Kcal.

Barra de Arroz Sabor Yogurt Frutos Rojos

Sin Tacc 14 gramos.

Con frutilla deshidratada, semillas de amaranto, sésamo y chía.



Sólo
70
Kcal.

Barra de Arroz Sabor Limón

Sin Tacc 14 gramos.

Con semillas de amaranto, sésamo y chía.



Sólo
69
Kcal.

Barra de Arroz Sabor Mix de Frutas

Sin Tacc 14 gramos.

Con frutillas y naranja deshidratadas y semillas de amaranto, sésamo y chía, sabor multifruta.