

UNIVERSIDAD CATOLICA DE
SALTA



**FACULTAD DE ECONOMIA Y
ADMINISTRACION**

*Licenciatura En Administración de
Empresas*

Materia: Seminario

Profesora: Lic. Cecilia González de Cruz

Profesor Guía: Pulo Cornejo María Ester

Tema: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad, año 2016.

Alumna: Nardelli Priscila Natalia

DNI: 33.825.154

U.G.142 - Pcia. Roque Sáenz Peña - Chaco

Año 2017

AUTORIDADES

Rector: Ing. Rodolfo Gallo Cornejo

Vice-Rectora: Mg. Constanza Diedrich

Decano de la Facultad: Cr. Federico Guijarro
Jiménez

Secretario Académico: Lic. Roberto Cadar

Jefe de Carrera: Lic. Mabel de las Heras

ÍNDICE

Epígrafe	5
Agradecimientos	6

PRIMERA PARTE

Presentación	8
Motivación	9
Origen del Problema	10
Planteamiento del Problema	11

Introducción

Delimitación del objeto de estudio	13
Justificación	13
Antecedentes	15
Originalidad del Proyecto	18
Factibilidad del Proyecto	18
Principios Éticos y Legales	19
Objetivos	20

SEGUNDA PARTE

Marco teórico

Capítulo N°1: ¿Qué es la Exportación?	22
Capítulo N°2: Importancia de la Exportación para la economía de un país	24
Capítulo N°3: ¿Por qué Exportar?	25
Capítulo N°4: Requerimientos para que un negocio exporte	28
Capítulo N°5: Proceso de Exportación	33
Capítulo N°6: Beneficios de la Exportación	39
Capítulo N°7: Riesgos de la Exportación	42

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

TERCERA PARTE

Formulación de la Hipótesis	45
Operacionalización de las variables	46
Aspectos metodológicos de la investigación	48
Calendario de actividades	51
Presupuesto	52

CUARTA PARTE

Fuentes Métodos y técnicas para la recolección de la información	54
Plan de tabulación de datos	55
Investigación	56

QUINTA PARTE

Conclusiones	66
--------------	----

SEXTA PARTE

Sugerencias	70
-------------	----

SÉPTIMA PARTE

Bibliografía	73
--------------	----

OCTAVA PARTE

Anexos

Anexo N°1: Exportadora Nardelli	76
Anexo N°2: Carbonex S. A	83
Anexo N°3: Entrevistas	94

EPÍGRAFE

“Las experiencias de liberación llevadas a cabo en la mayoría de los países de la región, sumado al fortalecimiento de los procesos de integración económica, han producido un incremento de las relaciones comerciales internacionales entre los países de la región y el mundo. Aún cuando el nivel de apertura en el terreno comercial muestre un guarismo relativamente bajo, y no existan libertades para el movimiento de todos los recursos económicos, el flujo de mercaderías y diversos servicios ha aumentado en forma notable.”

Rubén Daniel Avaro

"El éxito es la capacidad de ir de fracaso en fracaso sin perder el entusiasmo."

Winston Churchill

“El comercio libre no es un principio, sino un recurso.”

Benjamín Disraeli

AGRADECIMIENTOS

Primeramente agradezco a la Universidad Católica de Salta por haberme aceptado ser parte de ella y abierto las puertas en Ciencias Económicas para poder estudiar mi carrera, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.

Agradezco también a los encargados de mi Unidad de Gestión N°142 por haberme tenido toda la paciencia del mundo para guiarme durante todo el desarrollo de la carrera, sacándome dudas y siendo de apoyo incondicional en función de intermediarios con los representantes de Salta.

Agradezco infinitamente a Dios por poder darme salud, sabiduría y ganas de avanzar hacia la meta, por más que muchas veces el camino sea difícil. Como así también agradezco a mi Familia por ser el soporte incondicional y apoyo moral que da como resultado mi Título de Grado: Ser Licenciada en Administración de Empresas.

Y para finalizar, también agradezco a diferentes compañeros que uno va haciendo a lo largo de la carrera, por todo el país, ya que gracias al compañerismo, y en algunos casos amistad, han aportado un alto porcentaje a mis ganas de seguir adelante en mi carrera profesional.

Primera Parte

PRESENTACIÓN

**Tema:El Mercado Mundial como forma
potencial de crecimiento para las
empresas en la actualidad, año 2016.**

**Subtema:La exportación de carbón
vegetal extraído de la provincia del
Chaco, Argentina, en el año 2016.**

MOTIVACIÓN

La motivación principal a la hora de haber elegido este tema para investigar es mi interés en evaluar el funcionamiento del comercio en la era de la globalización. Personalmente, me llama la atención cómo se logra que una empresa de venta de café se imponga con su marca y envergadura en países de todo el mundo, estoy hablando de . Cómo así también, es interesante cómo se logra que una simple hamburguesa como la de  llegue a diferentes continentes por todo el mundo, siendo considerada la mejor del mundo.

Desde el punto de vista de vivir en una provincia alejada de la capital del país y con muchas falencias de diferentes tipos, hay empresas que deciden salir a vender fuera del país.

ORIGEN DEL PROBLEMA

Todo empezó con la disponibilidad de poder conseguir cosas que vemos en la Tv, en el cine, cosas que mirábamos y pensábamos que estaban muy lejos de nosotros, como ejemplo golosinas, ropa, calzados, celulares y artefactos tecnológicos (de marcas conocidas como Apple, por ejemplo).

Como así también, el hecho de poder brindar productos chaqueños a otros hogares fuera de la provincia. Todo esto se logra gracias a la Globalización, y mediante agentes de ventas, servicios a clientes y consumidores, entre otros intermediarios que logran conseguir lo que las personas necesitan.

Personalmente, me llama la atención este tema, ya que veo como estudiante de esta carrera, cómo el papel de la economía fue tomando diferentes facetas durante toda su historia, cómo los administradores fueron copiando las modalidades de grandes compañías de otros países para usarlas en sus empresas, y también fueron buscando innovar en un mercado cada vez más competitivo, mediante diferentes recursos.

Un ejemplo es el cómo los argentinos logramos obtener la mejor carne un tiempo y fue gracias a traer toros de Europa, como también realizar las cosechas en el orden que los extranjeros lo hacían y de esa manera obtener el mejor alimento para las vacas. Se ve como todo está conectado, aunque sean diferentes culturas y costumbres, diferentes idiomas, se pueden lograr vínculos donde las dos partes salgan favorecidas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Identificación del problema:

En primer lugar, uno de los problemas que se presentan en el mercado de hoy en día es que las empresas que sólo piensan que el mercado interno es la mejor manera de crecer, teniendo como competidores a productos de mayor calidad y que cuestan menos, se estancan y no logran crecer. Esto es así, ya que la competencia cuenta con mayor infraestructura de calidad, como también mejores proveedores a la hora de economizar.

Otro problema se da cuando las empresas que quieren exportar se enfrentan a la enorme dificultad que supone la falta de datos comerciales fiables sobre los mercados. Las empresas exportadoras necesitan estar al corriente de las condiciones competitivas en sus mercados actuales, escudriñar las oportunidades en busca de mercados nuevos o emergentes, además de buscar oportunidades para diversificar su producción o añadir valor a su actual gama de productos.

El Gran Problema se da cuando una empresa quiere ingresar al mercado mundial y necesita obtener los conocimientos de cómo poder llegar a ser un exportador.

Sistematización del problema:

En esta investigación se interesa analizar:

- ¿Qué necesitan las Empresas para ingresar en el mercado del exterior?
- ¿Cuáles son las dificultades al ingresar en un mercado externo?
- ¿De qué manera una empresa del Chaco logra ser exportadora?
- ¿Cuáles son los riesgos que tomarían las empresas Chaqueñas que quieren vender su carbón vegetal en el mercado mundial?

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

- ¿Cuáles son beneficios que trae al mercado nacional y provincial, el exportar el Carbón Vegetal extraído del Chaco?

Formulación del problema:

¿De qué manera una empresa Chaqueña que produce Carbón Vegetal puede ingresar al comercio internacional con el objetivo de crecer en el año 2016?

¿Podría ser el Carbol Vegetal extraído del Chaco un producto potencialmente requerido en la economía del mundo del año 2016?

INTRODUCCIÓN

DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

El objetivo de la presente investigación es conocer en amplitud y profundidad a aquellas empresas que logran llegar a exportar, siendo parte de un crecimiento económico mundial. En caso particular del tema, aquellas empresas Chaqueñas que pueden llegar a los mercados externos mediante la venta de carbón vegetal extraído del Chaco, en el año 2016.

JUSTIFICACIÓN

5.1 Justificación teórica:

Se abordarán los medios más eficientes de información actual desde internet a diarios económicos, con el desarrollo de algunos conceptos como: Comercio Internacional, Investigación de Mercados Internacionales, y las Estrategias de Inserción en Mercados Externos; Políticas de Comunicación en Mercados Externos, entre otros.

Se contará con el Manual Práctico del Comercio Exterior de Miguel Ángel Martín, para poder conocer el modo de vender en el exterior. El mundo globalizado en el que vivimos hace necesaria una formación específica sobre el comercio exterior para poder entender y conocer la realidad empresarial actual.

Se estudiará el Plan estratégico para la exportación de "Carbón Chaqueño" donde se desarrolla un plan de negocios para lograr un proceso de internacionalización del producto Carbón Chaqueño, teniendo como objetivo

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

principal la implementación exitosa de una estrategia que posibilite la ampliación del producto a otros mercados internacionales.

5.2 Justificación metodológica:

Se utilizarán las técnicas de observación, entrevistas útiles en la recolección y análisis de casos a empresas que estén exportando en la provincia del Chaco.

De las mismas, se construirán matices de datos que permitan información válida para arribar a conclusiones.

En el marco teórico la metodología se incursionará en lo operativo, trabajando con datos empíricos extraídos del trabajo de campo que se realice. También se trabajará con datos cualitativos, primarios y secundarios, es decir de propia fuente y fuentes externas.

Además se emplearán fuentes secundarias que sirven de apoyo como ser bibliografía referida específicamente al tema de Exportación.

5.3 Justificación práctica:

La utilidad de esta Investigación va a estar dada a la hora de poder brindar información a aquellas empresas que todavía no se deciden si exportar o no, como también dar a conocer las formalidades que conlleva la decisión de Exportar, como sus riesgos, dificultades e intereses.

ANTECEDENTES

➤ Nota de un portal de Internet:
<http://economia.elpais.com/economia/2012/01/30/actualidad/1327937092190004.html>

Autor: José Luis Leal.

Lugar: Gaceta de información postada en web referido a la Economía.

Reseña informativa describiendo a las limitaciones de la exportación como crecimiento de la crisis económica.

➤ Otra Investigación de Mercado de Exportación:
<http://www.intracen.org/itc/exportadores/Investigacion-de-mercados-de-exportacion/>

Lugar: Portal del Centro de Comercio Internacional

Describe la dificultad en la que se encuentran los comerciantes que quieren exportar, y cuando ingresan a un mercado sin el conocimiento adecuado.

➤ ¿Me conviene exportar? <http://export.reingex.com/decision.asp>

Autor: Escuela de Negocios

Da las Pautas que un exportador se debe preguntar antes de querer lanzarse al mercado mundial, como también información y servicio de asesoramiento.

➤ <http://www.diarionorte.com/article/123553/el-90-por-ciento-de-las-exportaciones-de-carbon-del-pais-sale-del-chaco>

Diario de la provincia del Chaco, donde cuenta la situación que se da para la provincia el hecho de que sea parte del grupo exportador del país, pudiendo exportar el carbón vegetal de la misma provincia del Chaco.

➤ <http://industria.chaco.gov.ar/noticias/plan-chaco-exporta-2015-industria-y-exportadores-de-carbon-avanzan-en-distintas-lineas>

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

Información acerca de cómo se traza la línea de exportación de acuerdo a las autoridades, y los proyectos de exportación para el año 2015.

➤ También se citará a la materia de *Comercialización Internacional*, de la Licenciatura en Administración de Empresas, de la Universidad Católica del Salta. La cual ayuda a entender las estrategias de inserción internacional de las empresas

➤ “La Gerencia Internacional de la Empresa”

Autor: Rubén Daniel Avaro

Este material expresa las experiencias de liberación llevadas a cabo en la mayoría de los países de la región, sumado al fortalecimiento de los procesos de integración económica, en especial en el caso del Mercosur, los cuales han producido un incremento de las relaciones comerciales internacionales entre los países de la región y el mundo.

El texto explica que cuando se produce una expansión de las exportaciones se generan efectos multiplicadores importantes para diversas áreas geográficas y sectores económicos dentro de un país. Sin embargo cuando el sector externo tiene baja representatividad en el total de la economía nacional, donde las expansiones exportadoras todavía no producen gran influencia a nivel del crecimiento del producto bruto.

➤ “Estrategias de Inserción y Comercialización Internacional”

Autor: Rubén Daniel Avaro

En este libro se da a conocer porqué salir al mundo, porqué es necesario hacer marketing internacional y no vender simplemente en nuestro territorio. Se analiza las mejores maneras de poder generar mejores resultados utilizando políticas económicas adecuadas para los productos que se deben vender, los precios que se deben fijar, los canales que se deben usar, la comunicación que se debe hacer y los servicios que se deben dar.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

Este libro describe cuales son las mejores maneras de poder entender las herramientas para competir con excelencia, entrando en nuevos mercados y poder permanecer en ellos.

ORIGINALIDAD DEL PROYECTO

Esta investigación aportará específicamente cuál es la mejor decisión para una empresa, en torno a la idea de exportar en la actualidad. Como así también, si es posible exportar, poder pensar cómo hacerlo, cuándo es conveniente, de qué manera. Y si los beneficios que trae la acción de exportar son mayores y mejores que los riesgos.

FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

La disponibilidad de información para el desarrollo del tema de estudio hace a la factibilidad del trabajo. Esta información será buscada e interrogada en aquellas empresas que estén al alcance de la tesis y quieran colaborar con el estudio dentro de la provincia del Chaco. Como también conocer el porqué las empresas multinacionales nombradas anteriormente son conocidas mundialmente.

Análisis F.O.D.A. de la investigación

Fortalezas: Poder contar con datos actuales, al igual que empresas que ayuden de ejemplo a la hora de evaluar cada riesgo tomado, como beneficio adquirido, dentro del ámbito que se estudia.

Oportunidades: La posibilidad de conocer más a fondo el mundo del negocio de hoy en día, junto con nuevas oportunidades de innovación y actualización de las empresas exportadoras.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

Debilidades: No llegar a conseguir responder las dudas e inquietudes que se plantean en la investigación. Como así también no poder contar con la información total que pudiera ser de ayuda a las empresas.

Amenazas: Disponibilidad de tiempo de los profesionales entrevistados, clima desfavorable.

PRINCIPIOS ETICOS Y LEGALES

La limitación y condicionamiento más destacado es, sin duda, discernir la información que se pueda obtener, si corresponde a la categoría de pública, o si forma parte del llamado “secreto de confidencialidad”. Ambas situaciones enmarcadas dentro de las leyes que se encuentran en vigencia.

En toda ocasión se respetará la intimidad e identidad de los consultados y entrevistados y se les comunicará la orientación del estudio.

OBJETIVOS

11.1 Objetivos generales: Analizarla actividad productora y exportadora del carbón vegetal en la provincia del Chaco. Su producción, mantenimiento y forma de traslado hacia diferentes países, como oportunidad de negocio que hacen al crecimiento de la provincia.

11.2 Objetivos específicos:

- Conocer cuáles son las empresas chaqueñas que logran exportar carbón vegetal.
- Conocer de qué manera se presentan las oportunidades de negocios para poder exportar el carbón vegetal del Chaco.
- Conocer qué necesita una empresa para ingresar en el mercado mundial.
- Conocer de qué manera se exporta Carbón vegetal extraído de la provincia del Chaco.
- Identificar cuáles son los riesgos que enfrenta la empresa que exporta el carbón vegetal.
- Explorar las diferentes estrategias que se presentan en el mercado actual que declaren el éxito dentro del cual actúan.
- Identificar a qué países llega el carbón vegetal extraído en la tierra del Chaco.
- Identificar lo positivo y lo negativo de ingresar en esta oportunidad de negocio en el ámbito del comercio internacional.

Segunda Parte

MARCO TEORICO

Capítulo N° 1

¿Qué es Exportación?

Como exportación denominamos la acción y efecto de exportar. Exportar, en este sentido, es la actividad comercial que consiste en vender productos y servicios a otro país. Asimismo, como exportación puede designarse al conjunto de mercancías que se exportan.

En Economía como exportación se puede considerar la operación comercial consistente en el envío de bienes o servicios fuera del territorio nacional. El envío, asimismo, puede realizarse por cualquiera de las vías de transporte habituales, como la marítima, la terrestre o la aérea.

La exportación supone el tráfico legítimo de bienes y servicios que se realiza de un territorio aduanero hacia otro. Los territorios aduaneros, por su parte, pueden corresponder a un Estado o a un bloque económico. Las exportaciones, como tal, están sujetas a una serie de disposiciones legales y controles tributarios por parte de los países o bloques económicos involucrados en la operación.

¿Qué es la Comercialización Internacional?

“La Aplicación de instrumentos y herramientas que permiten la circulación de los bienes desde los centros de producción o de transformación, ubicados en el país de origen o de exportación, hacia los centros de consumo o uso, ubicados en el país de destino o importador, con el propósito que los mismos lleguen en el momento adecuado y con estándar de calidad total.”

La comercialización Internacional es un proceso porque se ejecuta por etapas bien definidas, que deben ser desarrolladas en forma secuencial o cronológica. Asimismo, supone el desarrollo de un gran número de tareas para que pueda llevarse a buen término, las que pueden agruparse en tres grandes categorías:

- Comercialización: comprende las actividades vinculadas con la investigación y selección de mercados, estrategias de inserción, costos y precios, publicidad y promoción, canales de distribución, etc.
- Producción: involucra tareas de diseño, determinación de técnicas, procedimientos, costos y tiempos productivos, adaptación y desarrollo de productos, embasamiento, embalaje, control de calidad, etc.
- Logística: abarca todos los aspectos vinculados con la gestión administrativa del negocio internacional: transporte, entregas, stocks, seguros, contratos, tramitaciones diversas.

Capítulo N° 2

Importancia de Exportación para la Economía de un país.

EL desarrollo económico en lo que respecta al comercio internacional se refiere a una sociedad donde las exportaciones e importaciones, y sobre todo las primeras tienen un porcentaje de participación importante en el producto interno bruto. El impacto en que el crecimiento económico es positivo, ya que crece al factor trabajo y se incrementa en el capital, con lo cual se puede invertir en otros medios de producción permitiendo un ciclo productivo eficiente dirigido hacia la expansión de mercados. Es la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover o mantener la prosperidad o bienestar económico social de sus habitantes, mediante el cual los países incrementan los ingresos y se convierten en industrias. El crecimiento de la producción de un país viene acompañado de cambios múltiples y mejores niveles de vida.

La expansión de los intercambios internacionales ha sido la causa más importante del crecimiento económico, una economía internacional en expansión es, a la vez, una causa y un efecto de crecimiento económico nacional.

Capítulo N°3

¿Porqué Exportar?

Habitualmente la empresa reacciona ante diversos factores o agentes de cambio, que la inducen o motivan a exportar, independientemente de las razones que la lleven a tomar la decisión de exportar.

Estos agentes de cambio pueden ser del tipo interno o externo a la empresa.

Entre los agentes de cambio internos, podemos destacar los siguientes:

- ❖ Actitudes del cuerpo directivo: se da cuando un miembro de la gerencia demuestra interés y motiva al resto de los tomadores de decisión a actuar en el sentido de salir al exterior.
- ❖ Influencias de asesorías, por el cual un asesor de la empresa convence al cuerpo directivo o gerencial, de la necesidad de salir al exterior, buscando diversificar mercados, ampliar las opciones, eventualmente elevar las ganancias.

Los agentes de cambio tipo externos son:

- ❖ Organizaciones privadas: son cámaras de tipo sectorial que tienen activos comités o áreas especializadas en comercio exterior, que ofrecen asistencia a las empresas afiliadas, o las motivan a exportar a través de participaciones en ferias, misiones comerciales o con noticias sobre el sector en boletines informativos.
- ❖ Bancos: la banca comercial es la que a través de diversas acciones de promoción puede llevar a empresas clientes al mercado externo.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

- ❖ Agencias o Dependencias del Gobierno: son aquellas agencias vinculadas a la promoción del comercio, la industria, las agencias de desarrollo regional o sectorial.
- ❖ Universidades y Centros Educativos: en los últimos tiempos las universidades han tomado contacto con el sector empresarial, ofreciendo asistencia técnica, como también a profesionales que apoyan a las empresas en sus procesos de salida al exterior.
- ❖ Otras empresas, ya sea empresas que trabajen como agentes de cambio de una empresa, o sean competidores; va a permitir que muchas empresas diseñen programas de internacionalización, o bien de exportaciones, para no perder posiciones frente a sus competidores.

Hoy en día, todo empresario se ha planteado internacionalizar su empresa como una alternativa para hacer frente a la situación actual, y poder acceder a mercados internacionales que les ofrecen nuevas oportunidades de negocio, donde poder exportar sus productos y/o servicios.

A continuación se enumeran una serie de razones por las que una empresa se internacionaliza:

1-Buscar mercados emergentes. Las empresas al internacionalizarse buscan mercados que tengan menos competidores y que se encuentren en fase de crecimiento y de esta forma pueden obtener márgenes comerciales más altos. Hay que aprovechar la oportunidad de posicionarse con rapidez antes de que otras empresas lo hagan.

2-Dar mayor visibilidad a su empresa. Estar en el mercado internacional contribuye a transmitir una mejor imagen ante todos los agentes que se relacionan con la empresa, clientes, proveedores, inversores, instituciones; aumentando el prestigio y la reputación de la empresa tanto a nivel nacional como internacional.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

3-Diversificación de riesgo. Al internacionalizar la empresa, lo que se está consiguiendo es diversificar el riesgo y no depender de un único mercado.

4-Incrementar las ventas. Al expandir la empresa y dirigirse a varios mercados, la cartera de clientes se amplía, y se traduce en un incremento de las ventas.

5-Internet. La importancia de aprovechar Internet como canal de comunicación, el cual le permite presentar y promocionar los productos y/o servicios a nivel global, sin ningún tipo de barreras físicas, y facilitando las relaciones con el cliente en cualquier mercado. Hoy en día, el gran avance tecnológico, ayuda mucho a la hora de la internacionalización de las empresas y es una oportunidad que no se puede desaprovechar. Las maneras de conectar con los clientes están evolucionando, y hay que aprovechar la comercialización “online”.

6-Prolongar el ciclo de vida del producto. Frente a una disminución del consumo nacional, muchas empresas optan por exportar sus productos y/o servicios, buscando nuevos mercados en plena expansión, para dar salida al exceso de producción que el mercado nacional ha sido incapaz de absorber.

7-Adquirir conocimientos y experiencia. Simplemente viendo la forma de actuar de los competidores extranjeros y de lo que exigen los consumidores en otros mercados, se adquieren conocimientos y experiencia que nunca se hubieran podido conseguir si no internacionaliza la empresa. Todo esto permitirá mejorar la productividad de la empresa y la capacidad para competir.

Capítulo N°4

Requerimientos para que un negocio exporte

Para poder IMPORTAR o EXPORTAR MERCADERIAS desde y hacia la República Argentina es requisito ser Importador y Exportador, estar inscripto ante la Dirección General Impositiva (AFIP-DGI), en la Dirección General de Aduanas “DGA”, poseer CUIT y estar habilitado para ejercer el comercio al momento de solicitarla, cumplimentar la documentación exigida por la Aduana.

¿Cuáles son los requisitos para inscribirse como importador y exportador?

Los requisitos para tramitar la inscripción de importadores y exportadores ante la Dirección General de Aduanas (DGA) de Personas físicas y jurídicas son:

Registrar los datos biométricos de los directores, socios y/o apoderados. Se trata de: escaneo del DNI, registro digital de firma y huella, y foto (en la dependencia de AFIP más cercana al domicilio). El responsable luego ingresando al servicio con clave fiscal deberá realizar la “Aceptación de datos biométricos”.

La imagen muestra la interfaz de usuario de AFIP para la 'Aceptación de Datos Biométricos'. A la izquierda, se ve el menú de navegación de AFIP con opciones como 'ABC Consultas y Respuestas', 'Agenda de vencimientos', 'Biblioteca Electrónica', 'Compras', 'Canales de Contacto', 'Estadísticas', 'Guía de Trámites', 'Reclamos y Sugerencias' y 'Relaciones Internacionales'. El título principal de la sección es 'Aceptación de Datos Biométricos'. El contenido principal muestra un formulario con un campo 'FOTO' y un campo 'FIRMA'. A la derecha, se muestran los datos del usuario: CUIT, Clave Fiscal Nivel 3, Registra Huellas Digitales No, y Datos Aceptados No.

Aceptación de Datos Biométricos	
Bienvenido Usuario [Nombre]	
Actuando en representación de [Nombre]	
FOTO	CUIT
	Clave Fiscal Nivel 3
	Registra Huellas Digitales No
	Datos Aceptados No
FIRMA	

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

Realizar Antecedentes Penales en Registro Nacional de Reincidencia

RNR
Registro Nacional de Reincidencia

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos
Presidencia de la Nación

El Registro | I.E.R. | Atención al Poder Judicial | CONARC | Noticias | Carta Compromiso

01 INICIE EL TRAMITE DE ANTECEDENTES PENALES

02 RESERVE SU TURNO POR INTERNET
Sólo Sedes y Delegaciones habilitadas

03 ACCEDA A SU CERTIFICADO DE ANTECEDENTES PENALES

Ud. puede realizar el trámite de Certificado de Antecedentes Penales en el lugar más cercano a su domicilio:

País: Argentina

Provincia: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Buscar

Reserve su turno telefónicamente al **0800-666-0055**.
Horario de atención: 07hs a 18hs.
(Solo Sedes Central, Migraciones, San Isidro, Morón, San Martín y Lomas de Zamora)

VIDEO: COMO TRAMITAR EL CERTIFICADO DE ANTECEDENTES PENALES

certificado de Antecedentes Penales

RNR

20 de Noviembre de 2015
Nueva sede Mar del Plata.

ver todas

Al iniciar su trámite recibirá un código de seguridad que permitirá consultar el certificado en nuestro sitio web.

YO LE DIGO NO A LAS ARMAS

Puestos móviles en todo el país. La cultura es nuestra y nosotros somos la cultura.

PREGUNTAS FRECUENTES

- ¿Qué es el Certificado Digital de Antecedentes Penales?
- ¿Quién puede efectuarlo?
- ¿Cómo se hace y qué documentación se debe presentar para iniciar el trámite?
- ¿Dónde se realiza?
- ¿Cuánto cuesta?
- Tiempo desde la solicitud hasta la entrega
- ¿Cómo se accede al Certificado Digital una vez tramitado?
- ¿Qué vigencia tiene el documento tramitado?

Acreditar solvencia económica para actuar como importador / exportador o constituir garantía / seguro de caución.

Con la aceptación, se confrontarán los datos ingresados con los antecedentes del Registro de Infractores y el área de control aduanero asignará el perfil de riesgo correspondiente.

Poseer CUIT, ser Responsable Inscripto ante la AFIP.

No encontrarse en estado de falencia.

No encontrarse concursada. Sólo para Auxiliares de Comercio y del Servicio Aduanero y demás sujetos.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

Ingresar al sitio www.afip.gov.ar



Se deberá ingresar al Servicio Web “Sistema Registral”. Al mismo se accederá a través de la página Web de AFIP (www.afip.gov.ar) mediante la utilización de Clave Fiscal con Nivel de Seguridad 3.



Luego siguiendo las opciones ingresará en Registros especiales



Formulario F 420/R Registro de operadores de Comercio Exterior

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad



En las opciones que figuran en pantalla: Trámite a realizar “INICIO “,
Tipo de operador de Comercio Exterior “Importador / Exportador “



Con esto ya queda iniciado el trámite.

Los elementos más importantes para poder exportar son:

- Generar nuevos y diferentes productos y servicios.
- Calidad del producto en el mercado de destino.
- Precios competitivos en el mercado a donde se va a exportar.
- Capacidad para distribuir el volumen solicitado por el importador y realizar el servicio postventa, cuando sea necesario.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

- Estar comprometidos con la calidad, el servicio, la creatividad y profesionalismo.

Capítulo N°5:

Proceso de Exportación

La viabilidad de la exportación: Información que se requiere para iniciarse en el Comercio Exterior.

1. Clasificación de la mercadería ¿qué tratamiento recibe el producto para el comercio internacional?

Uno de los primeros pasos que se plantean necesarios al momento de pensar en una apertura a los mercados externos es la codificación del producto, esto permite el acceso a una vasta información relevante para su negocio. Es deseable que las empresas vinculadas de alguna manera al comercio internacional estén familiarizadas con la estructura de la Nomenclatura Común del Mercosur (NCM), con el fin de poder ubicar correctamente su producto.

Este instrumento clasifica los productos, asignando a cada uno de ellos, una única posición arancelaria. Este detalle permite obtener una interpretación legal uniforme en todos los países miembros de la OMC (Organización Mundial del Comercio), en el marco del Sistema Armonizado de clasificación de mercaderías que define cada posición en términos de denominación técnica y de referencia a nivel mundial. A partir de dicha clasificación, se pueden identificar los incentivos gubernamentales que le corresponden a su producto.

Asimismo, con la posición exacta se puede obtener información sobre el tratamiento que recibirá el producto en el mercado de destino, tanto en materia arancelaria como no arancelaria, eventuales restricciones de acceso y especificaciones técnicas.

Conociendo la NCM del producto, es de mayor facilidad el acceso y lectura de ciertos datos estadísticos proporcionados por distintos organismos públicos y privados, como ser:

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

- Ø Precios y volúmenes de exportaciones.
- Ø Oportunidades comerciales.
- Ø Perfiles de mercado.

La estructura de la Nomenclatura Común del Mercosur está conformada por 21 Secciones y 99 Capítulos. Las secciones están ordenadas, en general, según el grado de elaboración de los productos. Para encontrar en la estructura la codificación buscada es conveniente utilizar el índice de la nomenclatura y seleccionar las secciones y/o capítulos donde el producto pueda estar ubicado. También hay que tener en cuenta las Reglas Generales para la Interpretación del Sistema Armonizado. Todo producto está comprendido en la nomenclatura de acuerdo a los siguientes criterios:

- su origen según la clásica división de los reinos de la naturaleza.
- la materia prima utilizada en su fabricación.
- la naturaleza del producto.
- su función.

Por último, los artículos para los cuales no se encontró un criterio adecuado porque ha sido materialmente imposible enumerarlos completamente a causa de su diversidad, se engloban en una partida bolsa denominada “los demás”. Se entiende por posición arancelaria el código numérico integrado por los siguientes pares de dígitos:

- Capítulo (2 dígitos).
- Partida (4 dígitos). Subpartida.
- Sistema Armonizado (6 dígitos, comunes en el marco de la OMC).
- Su partida Regional (8 dígitos, comunes dentro del Mercosur).

El Sistema Informático María (SIM) operativo en Argentina, agrega cuatro dígitos más. De los cuales tres son números y el cuarto es una letra denominada dígito control.

Una vez detectada la posición arancelaria se pueden identificar los reintegros de exportación, los derechos de importación y de exportación, los

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

derechos compensatorios y antidumping, los impuestos internos y las observaciones (mercaderías prohibidas, normas de empaque, etc.).

1) Ejemplo de clasificación: Calzado. NCM DESCRIPCIÓN 64 Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos 6405 Los demás calzados 6405.10 Con la parte superior de cuero natural o regenerado 6405.10.20 Con suela de cuero natural o regenerado y parte superior de cuero regenerado 6405.10.20.400B Superior al número 40 e inferior o igual al número 45, o sus equivalentes

2) Ejemplo de Clasificación: Máquinas Fresadoras NCM DESCRIPCIÓN 84 Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos. 8465 Máquinas herramienta (incluidas las de clavar, grapar, encolar, o ensamblar de otro modo) para trabajar madera, corcho, hueso, caucho endurecido, plástico rígido o materias duras similares. 8465.92 Máquinas de cepillar, máquinas de fresar o moldurar. 8465.92.1 De control numérico. 8465.92.11.000F Fresadoras.

Para establecer la ubicación de su producto el exportador podrá pedir asesoramiento sobre clasificación arancelaria con alcance técnico- orientativo en los siguientes lugares:

Dirección General de Industria y Comercio Exterior, GCBA.

Dirección General de Aduanas.

Despachante de Aduanas que ha de tramitar la operación de exportación.

A la entidad empresaria a la cual pertenece el productor-exportador.

Cámaras específicas de Comercio Exterior.

¿Dónde se puede consultar el nomenclador? Dirección General de Industria y Comercio Exterior, GCBA. Sarmiento 630 Piso 15 contrafrente. De 10 a 17hs. hs. Tel / Fax: 4323-9833 comercioext@buenosaires.gov.ar Dirección General de Aduanas - Área Clasificación Arancelaria. Azopardo 350 2do piso. De 9:30 a 13hs. y de 14 a 18 hs. Tel: 4338-6400 www.afip.gov.ar Sala de consultas del INDEC (en base de datos informática). Julio A. Roca 615. De 9:30 a 16:30 hs. Tel.: 4349-9652/54 Biblioteca del Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos Hipólito Yrigoyen 250 2do piso Of..200. De 10 a 17 hs. Tel.: 4349-

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

5026/7 Biblioteca de la Secretaría de Industria y Comercio de La Nación "Emb. Leopoldo Tetamantti" Av. Julio A. Roca 651, piso 9 . De 10 a 17hs. Tel.: 4349-

2. Análisis costo-beneficio: ¿Cuáles son los costos y ganancias al enfrentar el mercado externo?

Un aspecto a establecer antes de determinar el precio al cual se venderá el producto es evaluar si ya está establecido en ese mercado un precio de venta de productos similares, o si el producto a exportar está diferenciado de los que se comercializan en ese mercado. Esto otorgará un mayor margen para la determinación del precio. De esta manera, los factores que inciden en el precio a establecer son los costos, la demanda del mercado, y el nivel de competencia de productos similares y los aranceles en el país de destino.

Factores a tener en cuenta para establecer el precio del producto: para realizar un cálculo preliminar del precio final al que se venderá dicho producto en el mercado de destino, se deben tener en cuenta los siguientes grupos de costos:

- Costos de producción y comercialización (insumos, mano de obra, otros costos variables) Este grupo involucra gastos ya conocidos, los mismos que para la producción orientada al mercado doméstico, aunque pueden alterarse si se decide realizar modificaciones a la mercancía a fin de que su venta al exterior se encuadre en los gustos y las necesidades del cliente y se convierta en un producto mucho más competitivo. Por lo tanto, la mayoría de estos ítems deben ser reconsiderados para emprender la exportación.
- Gastos administrativos. Se estiman los costos de comunicaciones internacionales, trámites para la obtención de certificados de origen y consulares, etc., en que se pueda incurrir para la mejor organización de la operación.
- Flete y seguro de mercadería, maniobras de embarque, verificaciones, despachante de aduana. Estos son los costos característicos de una exportación. Son aquellos que están directamente relacionados a los términos de ventas (Incoterms) *1 - al exterior y las condiciones de la

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

misma. También incluye todos los costos referidos a investigación del mercado. En el análisis de los costos de los productos a exportar se incorpora el estudio de los incentivos. Se deben tener en cuenta particularmente los reintegros. *2 - las exenciones y/o devoluciones de los impuestos internos, ya que los mismos disminuyen el costo de la exportación.

- Derechos a pagar, gravámenes específicos. Algunos productos exportados son gravados con derechos de exportación (Ad- valorem, específicos o mixtos) con el fin de incentivar la incorporación de valor agregado nacional. Sin embargo, las retenciones por exportaciones también se aplican para controlar el nivel de los precios internos.
- Gastos financieros. La mayoría de las formas de pago utilizadas para el cobro de las transacciones contemplan la intervención de bancos comerciales y generan gastos de intermediación. Asimismo, las entidades financieras, tanto públicas como privadas, ofrecen distintos créditos para el financiamiento del comercio exterior. Estos créditos se orientan a la financiación de las exportaciones, a la promoción comercial y a la difusión de bienes y servicios.
- Seguro de crédito. Es recomendable estimar el costo de la prima del seguro de crédito a la exportación cuando la modalidad de la operación amerite la utilización de este mecanismo.
- Margen de ganancia del exportador. La utilidad puede ser incorporada como una suma fija por unidad de cotización o como un porcentaje del precio FOB⁴, que generalmente se define en base a los rubros antes mencionados sin incluir los costos de transporte y carga internacional y el seguro de exportación.
- Margen de intermediarios (mayoristas, minoristas, distribuidores)

Luego de analizar los puntos ya mencionados, el exportador tendrá una aproximación del precio de venta al público que le permitirá determinar la potencialidad de la venta de su producto en el exterior con respecto a la competencia. A este factor se suma la consideración de la demanda que enfrenta el producto, pudiendo haber un margen mayor de

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

beneficios si el mismo es altamente requerido y no presenta una competencia muy fuerte.

3. Toma de decisión: hacia un plan de negocios para la exportación

La planificación es necesaria para tener un mejor panorama de la operación y para formular la estrategia a implementar. Esto permite visualizar las ventajas del negocio, utilizar racionalmente los recursos humanos disponibles, administrar los tiempos a fin de agilizar los cobros de la exportación y de eventuales estímulos promocionales, y evitar gastos innecesarios.

Este plan de negocios conllevará:

- Identificación, estudio y selección del mercado destino.
- Estadísticas del mercado: objetivos de ventas y estrategias de marketing.
- Adaptación de los bienes o servicios a exportar.
- Contacto con los clientes potenciales.
- Participación en misiones comerciales y ferias internacionales.
- Personal dedicado a la actividad exportadora y recursos con los que se cuenta.
- Financiamiento del proceso de exportación.
- Organización y procedimientos para la concreción de la venta.

Capítulo N°6

Beneficios de la exportación para un negocio

- Los pequeños negocios que deciden exportar gozan de un crecimiento de hasta un 20% y su probabilidad de que fracasen como negocio es 9% menor comparado con las compañías que no exportan.
- En un nivel macroeconómico, la exportación de bienes y servicios resulta positiva para la balanza comercial, cuenta corriente y de pagos de cualquier país.
- Exportar implica una demanda para la producción doméstica de bienes y multiplica el producto y los ingresos de la economía en general y de los exportadores.
- Permiten diversificar riesgos frente a mercados internos inestables, y amortiguar los efectos de problemas macroeconómicos.
- Promueve la operación con economías a escala, de tal forma que se aprovechen mejor las instalaciones existentes y se tenga un nivel de producción que implique menores costos unitarios.
- La exportación significa una forma de crecimiento y consolidación de cualquier empresa, sobre todo si los mercados internos son extremadamente competitivos.
- Se tiene la posibilidad de obtener precios más rentables debido a la mayor demanda del producto y de los ingresos de la población en los mercados a los cuales se exporta.
- A través de esta medida, se prolonga el ciclo de vida de un producto.
- Se mejora la programación de la producción.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

- Hay un equilibrio respecto a la entrada de nuevos competidores en el mercado interno.
- La imagen de la empresa mejora en relación con proveedores, bancos y clientes.

Otros beneficios son:

1) AUMENTO DE LOS NEGOCIOS DE LA EMPRESA: Un incremento de las ventas en el mercado externo trae aparejada una reducción de los costos de producción, administrativos y de comercialización.

2) COBRO DE ESTIMULOS FISCALES. Nuestro país posee diversas herramientas de estímulos a las exportaciones, como ser el cobro de reintegros o devolución de impuestos. (verificar que estos estímulos estén en vigencia a la hora de realizar su exportación)

3) OBTENCIÓN DE CREDITOS EN EL MERCADO LOCAL: La actividad de exportación permite al empresario obtener créditos financieros dirigidos al fomento de la exportación, como así también respaldar su actividad crediticia local con cartas de crédito abiertas con motivo de la operatoria exportadora.

4) MAYOR SEGURIDAD DE VENTAS ANTE RECESION

INTERNA: En momentos de recesión del mercado interno, la exportación representa el método mediante el cual puede mantener el nivel de los negocios.

5) EL VALOR DE LA EMPRESA SERA OTRO SI ESTA

PRESENTE EN MERCADOS INTERNACIONALES: A los ojos de inversores, competencia y del empresario mismo, el valor de su empresa será sustancialmente mayor si parte de sus ingresos provienen del mercado internacional y mucho más si lo hace en forma constante.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

Además, las ventas externas producen en la empresa no sólo un fuerte impacto emotivo en sus componentes, sino también los consumidores locales se encuentran motivados a comprar un “producto de exportación”.

Capítulo N°7

Riesgos de la exportación

Es importante considerar los riesgos que se presentan a la hora de ingresar al comercio internacional. Si bien algunos riesgos forman parte de la naturaleza de los negocios, también se pueden presentar nuevos factores de riesgos por la existencia de diferentes legislaciones impositivas, aduaneras, entre otras.

- **RIESGO CAMBIARIO:** al existir dos monedas sus cotizaciones varían impulsadas por variables de mercado.
- **RIESGO COMERCIAL:** Asociado a la falta de pago por parte del importador, si bien ninguna operación está exenta de este riesgo, la distancia dificulta conocer en detalle la solvencia económica y financiera, como así también su reputación.
- **RIESGOS EXTRAORDINARIOS:** Vinculados a situaciones ajenas a la partes. Existen riesgos naturales (terremotos, inundaciones, maremotos, etc.) y riesgos políticos (golpes de estado, guerra, etc.)
- **RIESGO DE TRANSPORTE:** A mayor distancia mayor manipuleo de la carga. En líneas generales, grandes distancia requieren emplear más de un medio de transporte. Con lo cual, los riesgos de pérdida o deterioro de la carga aumentan.
- **RIESGO DE CAMBIO EN LA POLITICA DE COMERCIO EXTERIOR EN NUESTRO PAIS:** Cambios bruscos de lineamientos políticos pueden generar grandes modificaciones en la situación particular de un sector o de la economía en general. El caso más gráfico es la salida de la convertibilidad y la idea de sustituir importaciones.
- **RIESGO DE CAMBIO EN LA POLITICA DE COMERCIO EXTERIOR EN EL PAIS IMPORTADOR.** El mismo caso que el anterior pero en el país del importador.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

- **RIESGO DE RECHAZO DE LA MERCADERIA EN DESTINO:**
Pueden darse dos situaciones. Una que el importador actúe de mala fe, sabiendo que el costo de traer la mercadería de regreso es casi prohibitivo para cualquier empresa por lo que solicita una quita en el precio o bien decide rechazar la mercadería por si no logró cerrar el negocio en su país. El otro extremo, puede suceder que por alguna razón no generada por el importador, la mercadería no llegue en tiempo y forma, con lo cual el importador decide rechazar la mercadería.
- **RIESGO DE ABASTECIMIENTO:** Vinculados factores comerciales o extraordinarios. En mayor o menor medida todos los productos dependen de insumos o materias primas importadas, ya sea como insumos del producto final o como insumo para poner en funcionamiento un equipo o una máquina.

Tercera Parte

FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Hipótesis Principal:

“La exportación de carbón vegetal extraído en la provincia del Chaco logra generar beneficios económicos para el crecimiento de las empresas locales en el año 2016”.

Hipótesis Complementaria:

“El carbón vegetal Chaqueño obtiene un lugar de privilegio en el comercio internacional en el año 2016”.

La formulación de la hipótesis permite guiar la investigación para dar respuesta al problema planteado.

CARACTERIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS PRINCIPAL:

- ✓ ***Es Simple:*** enuncia la relación entre dos variables.
- ✓ ***Es Causal de investigación:*** ya que se establece que la implementación correcta de la variable independiente se traducirá en beneficios positivos, convirtiéndose en la variable dependiente.
- ✓ ***Es Direccional:*** Porque especifica la naturaleza de la relación entre las variables.

- ✓ **Variables:**

- ✓ **X:** (variable independiente) mercado mundial
- ✓ **Y:** (variable dependiente) mercado chaqueño.
- ✓ **De medición:** Cualitativa

OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Definición Conceptual:

Exportación: se define como el envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales. Estos envíos se encuentran regulados por una serie de disposiciones legales y controles impositivos que actúan como marco contextual de las relaciones comerciales entre países.

Carbón Vegetal: es un material combustible sólido, frágil y poroso con un alto contenido en carbono (del orden del 98 %). Se produce por calentamiento de madera y residuos vegetales, hasta temperaturas que oscilan entre 400 y 700 °C, en ausencia de aire. El poder calorífico del carbón vegetal oscila entre 29 000 y 35 000 kJ/kg, y es muy superior al de la madera, que oscila entre 12 000 y 21 000 kJ/kg.

Generar: Producir cierto efecto o dar lugar a cierta consecuencia.

Beneficios económicos: (también denominado utilidades) es un término utilizado para designar la ganancia que se obtiene de un proceso o actividad económica. Es más bien impreciso, dado que incluye el resultado positivo de esas actividades medido tanto en forma material o "real" como monetaria o nominal.

Crecimiento: es la acción y efecto de crecer. Este verbo, a su vez, hace referencia a tomar aumento natural, a producir aumento por añadir una nueva materia o a adquirir aumento en sentido simbólico.

Empresa: es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

Definición Empírica:

Variables	Dimensión	Indicadores
Variable Independiente		
	De qué modo conocen el carbón vegetal chaqueño	Publicidades Boca a Boca Investigaciones
Mercado Mundial (países a los que llega el carbón vegetal)	De qué manera llega el carbón vegetal chaqueño al país destinado	Marítimo Aéreo Terrestre
	Para que fin es solicitado el carbón vegetal	Como combustible: de uso doméstico de uso Industrial
Variable Dependiente		
	Crecimiento económico	Bueno Muy Bueno Excelente
Empresas Chaqueñas (empresas que producen el carbón vegetal para exportar)	Lugar que ocupa en el comercio internacional	Notable Importante Imprescindible
	Beneficios económicos para la región	Altos Medianos Pocos

ASPECTOS **METODOLÓGICOS DE LA** **INVESTIGACIÓN**

Determinación del universo o población

El estudio se realizará en las empresas chaqueñas que estén exportando y que quieran compartir sus inicios en el mercado exterior como así también sus experiencias.

Determinación de la muestra

En primer lugar, se analizará el estado de negocio en empresas de la Provincia del Chaco que estén en el proceso a exportar, como también otras que estén exportando.

Unidad de Observación

Empresas Chaqueñas que exporten.

Tipos de investigación

a) según su finalidad:

Es básica porque la investigación dependerá de la recolección, análisis e interpretación de la información, obtenidos en las visitas a las empresas Chaqueñas y en los datos que nos quieran compartir.

b) según su alcance temporal:

Seccional, ya que se basará en la actualidad, y cómo estas empresas se actualizan y abrazan la nueva era de los negocios.

c) según su profundidad: Descriptiva: porque se pretende analizar y determinar los casos de exportación en el Chaco.

d) según su amplitud: Micro sociológico, ya que estaremos evaluando algunas empresas que estén dentro de la provincia del Chaco.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

e) según sus fuentes:

Primarias: porque la recolección de datos se llevará a cabo a través de observación y entrevistas con exclusividad a los fines de la investigación.

Secundarias: porque se utilizará bibliografía, artículos, páginas web, entre otros.

f) según su carácter:

Se realizará un análisis cualitativo de los aspectos indagados en las entrevistas y guía de observaciones.

g) según el contexto:

Investigación de campo, porque se visitará y observará a las empresas que sean en función al estudio de esta investigación.

h) según la modalidad:

Estudio de casos, recolectando datos que describen la administración de empresas chaqueñas en su caso particular de exportadora.

i) según la orientación que asume:

Investigación orientada a aquellas empresas chaqueñas que se encuentren activas en el mercado mundial.

j) según el tiempo de ocurrencia de los hechos y registros de la información:

Prospectiva, porque se irá registrando información actual de la participación de estas empresas en el mercado mundial.

k) según el control de las variables:

Casos concretos de empresas Chaqueñas que decidan estar en el mercado actual extranjero.

l) según el alcance de los resultados:

Es descriptiva porque busca analizar la manera en que estas empresas lograron pertenecer al mercado mundial.

Tipos de diseño: Este tipo de diseño utiliza la metodología no experimental.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

El objetivo es observar, interpretar y comprender los datos recogidos y obtenidos con relación a la capacidad que tienen aquellas empresas Chaqueñas que se lanzan a ser conocidas en el mundo, y poder brindar las riquezas de esta provincia a otros lugares que les sean escasas.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

	MESES											
ACTIVIDAD	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Mayo 2017	Junio 2017
Elaboración del diseño de investigación												
Presentación del Diseño de Investigación												
Consulta Profesor guía												
Relevamiento de información de fuentes primarias y secundarias												
Clasificación del material												
Análisis e interpretación												
Revisión preliminar												
Presentación de la Tesis												
DEFENSA DE LA TESIS												

PRESUPUESTO

PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACION	
COSTO aproximado que tendrá la investigación	
Gastos de librería	\$300
Gastos de internet (wifi)	\$200
Gastos de transporte	\$230
Gastos varios	\$150
TOTAL ESTIMADO	\$880

Cuarta Parte

FUENTES, MÉTODOS Y **TÉCNICAS PARA LA** **RECOLECCIÓN DE LA** **INFORMACION**

Fuentes:

En lo que respecta a las fuentes primarias para la obtención de información se acude a las entrevistas personales con comerciantes que estén intentando exportar sus productos, como también aquellos que ya se encuentren participando en el mercado mundial.

En las fuentes secundarias se observa la disponibilidad de poder trabajar con textos, libros, páginas de Internet y otras investigaciones relacionadas con el tema.

Métodos:

El procedimiento por el cual se basa la investigación es de forma analítica, con la inducción, deducción y síntesis para poder explicar el objeto de estudio a partir de los efectos observados.

Técnicas:

Como instrumento para la recolección de la información se utilizarán entrevistas y la observación de cada proceso que tienen que realizar para poder ingresar al mercado mundial.

PLAN DE TABULACIÓN DE DATOS

Los datos de la investigación serán analizados analíticamente, bajando a lápiz cada entrevista realizada junto con los datos generales de la información tomada en fuentes secundarias.

Luego del análisis se podrá rechazar o confirmar las hipótesis.

Se utilizarán recursos humanos y recursos materiales y/o económicos para la investigación.



Entrevista

Objetivo:

Identificar los beneficios para la economía del país, de la exportación del carbón vegetal extraído en la provincia del Chaco.

- 1) ¿En qué fecha y de qué manera nació la empresa?
- 2) ¿En qué año ingresó al mercado internacional? ¿Cuál fue el principal motivo de exportar?
- 3) Durante el proceso de exportación, ¿acudió a alguna organización que les brindó ayuda con el proceso para exportar?
- 4) ¿Cuáles fueron las estrategias competitivas que utilizó la empresa para poder ser elegida?
- 5) ¿A qué países actualmente llega el carbón vegetal? ¿De qué manera llega?
- 6) ¿Podría comentar cuales son los riesgos comerciales por los que pasa la empresa durante el proceso de exportación?
- 7) ¿En qué se beneficia el país y la región, con la actividad de exportación que logran realizar?
- 8) Podría dar su opinión en base a la siguiente expresión:
“El carbón vegetal chaqueño obtiene o podría obtener un lugar de privilegio en el comercio internacional”.
- 9) ¿Qué balance realiza sobre la actividad exportadora del carbón vegetal durante el año 2016?
- 10) ¿Cuáles son las perspectivas de la empresa en relación al comercio internacional, para este año que está comenzando?

❖ Sus Comienzos en el Mercado Internacional

Exportadora Nardelli ingresó al mercado internacional en el año 2004 buscando nuevos negocios, ya que la empresa se encontraba afectada por la crisis que había en el país.

Caso diferente fue el de Carbonex S.A. que siendo de capitales extranjeros se inició en el país en el año 1994 como una empresa exportadora.

Tanto Exportadora Nardelli como Carbonex S.A. tuvieron que inscribirse en la AFIP – DGI como Importadores-Exportadores y realizar cada uno de los pasos detallados en el Capítulo 4 del marco teórico.

Además, tuvieron que inscribirse en la La Cámara de Exportadores del Chaco, la C.E.R.A (Cámara de Exportadores de la República Argentina) y pertenecer al R.E.CAR (Registro de exportadores de carbón vegetal)

El Registro de Exportadores de Carbón Vegetal hace unos años se hizo obligatorio para todos aquellos que quieran exportar carbón vegetal Chaqueño. La función principal que cumple este organismo es determinar la seriedad y compromiso que cada exportador tiene para con la provincia y la Nación, y también para que los clientes extranjeros puedan ser testigos de la seriedad de cada empresa. Ya que años anteriores las empresas exportadoras de carbón vegetal argentinas no eran bien vistas por su permanencia en el mercado; lo cual hacía que no se vean serias. Cada inicio en el mercado internacional fue particular, Exportadora Nardelli informó que en el año 2003 visitaron su empresa unos empresarios Chilenos queriendo conocer la mercadería, ya que estaban necesitando una empresa confiable y dispuesta a enviar una cierta cantidad de carbón vegetal al mes, sin tener que buscar a otra que la suplante. Fue ahí cuando inició los papeles con el acompañamiento de un despachante de aduanas, para poder ser un exportador.

La empresa Carbonex S.A. se fundó con capitales extranjeros, empresarios que llegaron al país en busca de un buen producto, de un carbón

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

vegetal que tenga las cualidades requeridas en el mercado internacional, fue así como encontraron esas cualidades en los bosques de la provincia del Chaco.

Cada una de estas empresas cumple con cada una de las disposiciones legales que le son obligatorias dependiendo del país al que ingresen. Pueden conocer cada reglamento gracias al despachante de aduana que ayuda en la investigación para buscar la aceptación de la mercadería en los países donde hay interés.

Como así también ambas empresas cumplen con los siguientes requisitos:

- ✓ Requerimientos del comprador.
- ✓ Normas de seguridad y empaques vigentes en cada país.
- ✓ Regulaciones vigentes de Organizaciones Marítimas Internacionales.
- ✓ Fecha estipulada en el contrato de la llegada de las mercaderías.
- ✓ Calidad de mercadería.
- ✓ Cantidad requerida.

Con respecto a las cantidades, tanto la empresa Carbonex S. A., como la empresa Exportadora Nardelli realizan dos tipos de empaquetamiento: bolsas de 10 kilos y bolsas de 15 kilos.

Bolsa de 10 kilos → 100 bolsas = 1 tonelada

Bolsa de 15 kilos → 66 bolsas = 1 tonelada

❖ Producción – Logística - Comercialización

Tanto la empresa Exportadora Nardelli como Carbonex S. A. realizan la producción del carbón vegetal con una adecuada selección de distintas especies de maderas duras o semi-duras como: Quebracho Blanco, Itín, Garabato, Guayacán, Mistosl y Quebracho Colorado.

El uso de estas maderas, con un adecuado seguimiento y control de la carbonización en los hornos, permite lograr óptimas propiedades físicas y químicas que permiten un rápido y fácil encendido, así como mayor tiempo de combustión del carbón.

La alta calidad de maderas encontradas en los bosques chaqueños son las más elegidas del mercado, es tanto así que Exportadora Nardelli mencionó que en el año 2015 y 2016 ganaron un premio internacional de Calidad del carbón vegetal que logran comercializar.

La empresa Exportadora Nardelli realiza toda la producción del carbón vegetal en su propia planta que se encuentra en la localidad de Tres Isletas – Chaco, se envasa en la misma planta, se coloca en pallets y se envía a la localidad de Presidencia Roque Sáenz Peña. En esta ciudad se realiza el trámite de la aduana y se lo pasa a contenedor que va directo al puerto de Buenos Aires, siempre que se trate del envío a los países mencionados, exceptuando Chile.

Cuando va para Chile sale directamente en camión desde la localidad de Presidencia Roque Sáenz Peña, una vez terminado el trámite de aduana.

Carbonex S. A. realiza toda la producción de Carbón Vegetal en su propia planta que se encuentra en la localidad de Pampa del Infierno – Chaco, donde en la misma se envasa el producto terminado para ser llevado a la localidad de Presidencia Roque Sáenz Peña, donde al igual que la empresa Exportadora Nardelli, se realizan los papeles de aduana y de allí va para el depósito que Carbonex S. A. tiene en Los Cardenales, provincia de Buenos Aires. Luego es llevada al puerto para ser trasladada al país del cliente.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

Al igual que Exportadora Nardelli, cuando se exporta a Chile, la mercadería sale en camión de la localidad de Presidencia Roque Sáenz Peña, una vez finalizado el trámite en aduana.

❖ ¿A qué países llegan?

Exportadora Nardelli lleva su producto a los siguientes países:

Chile - por vía terrestre.

Estados Unidos (llega a Atlanta y de ahí se vende a Canadá y Australia) – vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Grecia – por vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Alemania – vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Holanda – vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Emiratos Árabes - vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Turquía - vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

España - vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Carbonex S.A. lleva el carbón vegetal chaqueño a los siguientes países:

Alemania - vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Australia - vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Bélgica vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Canadá vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Chile - por vía terrestre.

Corea del Sur vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Estados Unidos - vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

España - vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Grecia- vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Holanda - vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Inglaterra - vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Israel - vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Italia - vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Suiza - vía terrestre hasta Buenos Aires y de ahí vía marítima.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

Realiza el envío por vía marítima a todos los países exceptuando a Chile, que lo hace por vía terrestre.

❖ ¿Cómo lograron hacerse conocidas en el mundo?

Para la empresa Exportadora Nardelli el elemento fundamental fue el “**boca a boca**”, ya que nunca falló a un comprador. Por lo tanto hicieron su fama como una empresa Seria, Respetable y que nunca falla. Esto fue suficiente para poder ganarse el respeto y posición que hoy en día logran tener en el mercado mundial.

La empresa CarbonexS.A. utilizó la herramienta de **participar en convenciones mundiales**, realizando demostraciones del producto. Su producción paso a paso, y la calidad del resultado hicieron que resaltara a la vista de interesados del mercado internacional.

❖ ¿De qué manera afectan a la economía del País – Provincia?

El país se ve beneficiado con el ingreso de divisas, esto quiere decir que genera un incremento en el nivel del ingreso de monedas extranjeras, las cuales ayudan a promover el desarrollo económico, y en consecuencia el bienestar de la población.

Al ingresar divisas al país se logra un aumento del Producto Bruto Interno, por lo cual genera un crecimiento financiero en el país.

La provincia se beneficia porque cobra impuestos sobre el producto, impuestos más elevados a los que cobraría si solo fuera para el mercado interno. Además se ve favorecida al posicionarla en el comercio internacional, lo que le da un status importante.

En el rol Social también beneficia mucho a la provincia, ya que es el rubro que más cantidad de mano de obra mueve.

A nivel forestal, nivel de bosques, a la provincia le interesa que se exporte ya que se hace un aprovechamiento de materia prima, que en otro momento se quemaba, de esta manera se hace un aprovechamiento importante de las maderas.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

❖ Beneficios

Tanto para la empresa Carbonex S. A. como para la empresa Exportadora Nardelli la actividad que realizan trae beneficios importantes en el rol económico como en el rol social.

- ✓ Gozan de un crecimiento notable y consolidación de la empresa
- ✓ Benefician en gran manera a la economía del país como a la de la provincia.
- ✓ La imagen de la empresa mejora en relación a los diferentes agentes económicos.
- ✓ Al vender un producto sumamente rentable, como es el carbón vegetal, se obtienen ingresos durante todo el año.
- ✓ Trae vinculaciones muy buenas a nivel social, ya que se conoce nuevas personas constantemente.

Los beneficios que dejó el año 2016 para ambas empresas fue mejor a años anteriores, ya que con el cambio de gobierno nacional se abrieron las puertas a las importaciones, logrando que entraran al país mayor cantidad de contenedores, los cuales son alquilados para poder trasladar el carbón a diferentes partes del mundo.

Al lograr mayor circulación de contenedores se logra mejores precios en alquiler, como así también en flete, lo que da como resultado que los costos de logística pudieran reducirse, lo cual ayudó a que se generen mayores ganancias.

Las perspectivas para este año 2017 para ambas compañías son muy alentadoras, ya que al poder tener un mejor precio de logística, logran un precio competitivo para los clientes del carbón vegetal.

❖ Riesgos

En general son varios los riesgos con los que se encuentran las empresas a la hora de exportar:

- El cambio de diferentes divisas.
- Las decisiones políticas de cada país, tanto del exportador como del importador, en relación a las exportaciones; cambios en la moneda, aumentos de aranceles e impuestos.
- El traslado de la mercadería.

Particularmente en Exportadora Nardelli no tuvieron en ningún momento experiencias negativas, ya que siempre se estudia muy bien al cliente antes de poder confiar y cerrar el trato. Como así también con el tema de flete siempre pudieron cumplir con la hora pactada de la entrega del carbón vegetal.

La empresa tiene el lema de la fidelidad con los clientes muy establecida, poder cumplir con cada uno de los tratos comerciales pactados, esta característica de la fidelidad es la prioridad máxima. No aceptando más tratos de los que se puedan manejar.

Exportadora Nardelli informó que al ser una empresa que permanece, muestra la seriedad de la misma, como así también al participar en estudios de calidad del producto, buscando superarse año a año.

En cambio en la empresa Carbonex S. A. tuvieron algunos frenos a la hora de ingresar al RECAR (Registro de Exportadores de Carbón Vegetal), ya que tuvieron que cumplir con un montón de requisitos en función a cargas sociales, bosques, logística, personales.

También tuvieron la mala experiencia del incumplimiento de cliente a la hora de realizar el pago por la mercadería, donde no pagaron a la fecha que estaba estipulada, sino una semana después. Esta experiencia alarmó a la empresa y se tuvo que realizar un mejor estudio de clientes antes de volver a realizar los contratos comerciales.

Quinta Parte

CONCLUSIONES

Si se realiza un vago seguimiento de aquellos productos básicos más conocidos y consumidos por gran parte de la sociedad, rápidamente se puede visualizar que la mayoría de esos productos pertenecen a grandes empresas mundiales, que en algún momento de su historia han visto en el comercio internacional la gran posibilidad de crecimiento.

A pesar de hablar en diferentes idiomas, tener diferentes costumbres y vivir en distintas culturas; la mayor parte de la sociedad mundial está atravesada por empresas internacionales que producen para muchos países y que, además de satisfacer las necesidades básicas de consumo, logran también crear necesidades e imponer su marca a nivel mundial. Es así con las empresas más conocidas mundialmente como: Coca-Cola, Mcdonalds, Nike, Adidas, Apple, Starbucks, entre otras. Estas empresas son el ejemplo vivaz de que el comercio internacional es un éxito. Esta reflexión dio inicio a esta investigación, con el objetivo personal de ver qué podría conectar a mi provincia con ese mundo del comercio internacional.

Cuando comencé con este trabajo, el primer paso fue identificar el problema que tienen las empresas nacionales al encontrarse en competencia con mercaderías de mayor calidad a un menor precio para los consumidores; lo cual es posible ya que las compañías internacionales cuentan con mejor infraestructura y mayor información.

Durante la investigación me guiaron varias incógnitas: ¿Qué necesitan las empresas para exportar? ¿De qué manera ingresan al mercado internacional? Y más específicamente si una empresa Chaqueña puede lograr ingresar al mercado mundial. Fue así que conocí a las empresas chaqueñas que logran exportar el carbón vegetal, extraído del Norte Argentino.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

A lo largo de la investigación pude ser testigo de lo rica y solicitada que es mi provincia, en relación al carbón vegetal extraído, ya que el 90% de las exportaciones de carbón vegetal del país es Chaqueño. Es un hecho que el poder exportar beneficia no solo a las empresas, sino a la provincia y al país. La oportunidad de poder actuar en el comercio exterior aumenta la posibilidad de ingresar divisas y así, ayuda a reforzar la economía del país.

Las empresas que tuve el placer de conocer ayudaron a esta investigación ya que me brindaron información. Dicha información sumada a la investigación realizada para el marco teórico dio como resultado que mi hipótesis principal: ***“La exportación de carbón vegetal extraído en la provincia del Chaco logra generar beneficios económicos para el crecimiento de las empresas locales en el año 2016”*** se pueda confirmar. Tanto la empresa Exportadora Nardelli como Carbonex fueron muy claras en relación a los aspectos positivos que se han generado en el año 2016

Luego del trabajo de campo realizado, puedo concluir que **El carbón vegetal chaqueño actualmente tiene un lugar de privilegio en el mundo**, gracias a la calidad de carbón que se obtiene.

Como futura Licenciada En Administración de Empresas me veo interactuando con aquellas empresas que vean el potencial de salir a dar a conocer su producto, como así también ingresar productos al país. Como sabemos, existen países más avanzados tecnológicamente hablando, lo cual podría ser beneficioso poder encontrar productos que puedan ser útiles y más económicos para el mercado Argentino.

También me veo participando de convenciones y congresos mundiales en busca de oportunidades de negocios para una empresa. Siendo el enlace para poder generar buenos negocios, encontrando el precio adecuado y la calidad requerida.

Benjamín Disraelí expresó: “El comercio libre no es un principio, sino un recurso”. Luego del desarrollo del presente estudio, creo firmemente en las palabras de Disraelí, ya que el comercio libre promueve a la innovación y a la

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

competencia, genera crecimientos económicos, difunde los valores democráticos y fomenta la libertad económica.

Considero que un país que logra el éxito en el comercio internacional ya sea importando o exportando, genera el crecimiento económico y posiciona al país en el mercado mundial.

En el caso de las empresas nacionales que se animan a la aventura de exportar, benefician al país con mayores puestos de trabajo, ingreso de divisas y da acceso a mejores especializaciones productivas y tecnológicas. Como así también las empresas de afuera que quieran invertir en el país para que podamos obtener mejores productos y/o servicios al alcance, brindan nuevos puestos de trabajos y nos dan lugar en el mercado internacional.

Sexta Parte

SUGERENCIAS

Sugerencias para aquellas empresas que estén pensando en ingresar al mundo del Comercio Internacional, basándome en las empresas entrevistadas:

- Deben conocer perfectamente la empresa.
- Buscar la mayor calidad del producto que producen.
- Conocer el mercado al que intentan ingresar, estudiarlo.
- Reconocer las ventajas que hagan ingresar el producto al mercado Internacional.
- Ser responsables, cumplir con cada detalle que se haya pactado.
- Buscar la seriedad que el mercado internacional busca en las empresas.
- Persistir, mantenerse firme y constante en el mercado. (Esta es la cualidad más buscada por las empresas internacionales).

Sugerencias para que las exportaciones den excelentes resultados

- La exportación es una actividad de mediano y largo plazo que exige una adecuada planeación de los recursos; por lo tanto esta medida no se puede dar si la empresa atraviesa por un período de crisis.
- La exportación se debe contemplar cuando la empresa tenga la capacidad de diseño, programación, producción, comunicación, empaques, envíos, administración, etc., conforme a los requerimientos del mercado internacional.
- Así también se recomienda al empresario que está interesado en exportar, inicie su comercialización en países que no tengan problemas para la salida de divisas.
- Es muy importante contar con varios clientes extranjeros y que su negocio sea flexible en cuanto a su capacidad de respuesta para atender sus necesidades.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

- Comúnmente las empresas que deciden incursionar en el mercado extranjero, comienzan por los mercados más cercanos, de rápido crecimiento, con culturas similares y donde la competencia es menos agresiva que en los países más grandes. Independientemente de un mercado u otro, lo que el empresario debe tener en cuenta al momento de iniciar sus exportaciones es hacerlo con aquellos mercados en donde pueda adquirir experiencia a un menor costo.

Séptima Parte

BIBLIOGRAFIA

- Módulo Único: “Seminario “Lic. Cecilia González de Cruz, 2016
- Módulo Único: “Metodología de la Investigación” Lic. Cecilia González de Cruz, 2013
- Módulo Único: “Comercialización Internacional” Lic. Daniel Flores Espeche, 2015

- **Libros**

- “Estrategias de inserción y comercialización internacional” de Rubén Daniel Avaro, 2001
- “La gerencia internacional de la empresa” de Rubén Daniel Avaro, 1995
- “Manual Práctico del Comercio Exterior” de [Miguel Angel Martin Martin](#), 2014
- “Exportar con Éxito” de Pablo Andrés Peruzzotti, 2008

- **Páginas de Internet (consultadas por el momento)**

- ✓ <http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/datos/Apoyo/guiaprimeraport2daedicion.pdf>
- ✓ <https://opex.indec.gov.ar/>
- ✓ <http://www.cronista.com/tags/Exportaciones%20argentinas>
- ✓ <http://www.cera.org.ar/new-site/index.php>
- ✓ <http://trade.nosis.com/es/Comex?gclid=Cj0KEQjw6O-9BRDjhYXH2bOb8Z4BEiQAWRduk-fBvJMFe9xPQEwfXWUqT38ChA1MhAcmAybag2AIbCkaAtgd8P8HAQ>
- ✓ <http://www.corrientesexporta.gov.ar/index.php/corrientes-exporta/329-requisitos-para-exportar-carbon-vegetal>
- ✓ http://www.exportarconexito.com.ar/el_libro.asp

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

- ✓ https://prezi.com/nlkwnlyuiv_/plan-estrategico-para-la-exportacion-de-carbon/
- ✓ <http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/datos/Apoyo/guiaprimeraport2daedicion.pdf>
- ✓ http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/datos/Apoyo/hr_export.pdf

Octava Parte

Anexos

Anexo N° 1

Exportadora Nardelli

Empresa

Es una empresa Familiar dedicada a la industria de carbón vegetal en la provincia del Chaco, en el noreste argentino, con producción propia y del acopio a productores locales, cuenta con el abastecimiento necesario para proveer carbón de excelente calidad.

Posee planta propia para el procesado del carbón recibido de los hornos, el envasado, la carga, y consolidación de camiones y contenedores, ya que la misma cuenta con la habilitación de la Dirección General de Aduanas con categoría de exportador confiable.

Producto

Nuestro producto de calidad superior Premium, se adecua a las necesidades y requerimientos que el comprador o mercado al cual se dirija desee.

Alcance

El Carbón Vegetal que logramos obtener llega a: Chile - Estados Unidos – Grecia – Alemania – Holanda – Emiratos Árabes – Turquía – Inglaterra – España.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

Datos Técnicos

Logramos calidad superior Premium dado que la mezcla de maderas como el guayacán garabato y quebracho blanco no chispean y se logra un buen poder calórico y buen peso específico.

Características

Estado: Carbonizado de maderas nativas

Humedad: 3%

Volátiles: 18,6%

Carbono Fijo: 75%

Cenizas: 6%

Estado: Carbonizado de carbón de eucaliptos

Humedad Max. : 1.5%

Volátiles: 15%

Carbón Fijo: 81%

Cenizas: 0.8%

Envase:

El envasado es a la necesidad del comprador, pudiendo elegir entre las siguientes opciones:

Formato:

Bolsa de 10 kg.

Bolsa de 15 kg.

Presentaciones

Big Bag, Bolsa del papel Kraft, Bolsa de Poliepropileno, Bolsa de Polipapel, etc.

En todos los casos de ser necesarios las mismas se envían palletizadas.

Algunos ejemplos:



Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad



***Administración y Planta Industrial: Ruta Provincial N° 95 - Acceso
Tres Isletas - Chaco***



Unidades de transportes de la empresa

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad





Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad



Anexo N°2

Carbonex S. A.

Empresa

Carbonex S.A. es una compañía Argentina, creada en 1994, originalmente de capitales Europeos, lo que le permitió tener un conocimiento adecuado y certero del nivel de calidad y tipo de empaque requerido por las grandes cadenas de supermercados.

Carbonex S.A. cuenta con una empresa forestal y ganadera perteneciente al mismo grupo empresarial, radicada en la Provincia del Chaco (norte de Argentina), en donde se realiza todo el proceso para la producción de carbón vegetal y conservación de suelos, con el asesoramiento de profesionales y organismos forestales para lograr un uso racional de las plantaciones forestales.-

Carbonex esta adherido a La Cámara de Exportadores del Chaco, al C.E.R.A (Cámara de Exportadores de la Repub.Argentina) y pertenece al R.E.CAR(Registro de exportadores de carbón vegetal)

Producción

La producción se realiza con una adecuada selección de distintas especies de maderas duras o semi-duras como: Quebracho Blanco, Itin, Garabato, Guayacán, Mistosl y Quebracho Colorado.

El uso de estas maderas, un adecuado seguimiento y control de la carbonización en los hornos, permite lograr óptimas propiedades físicas y químicas que permiten un rápido y fácil encendido, así como mayor tiempo de combustión del carbón.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad



Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad





Logística

Las exportaciones marítimas se realizan del centro de distribución de 2000 m2 en la ciudad de Los Cardales cercana a los Puertos de Buenos Aires y Campana. Este depósito está habilitado por aduana para consolidación en Planta.

Nuestros productos se distribuyen en distintos mercados del mundo, adecuando el empaque a:

- a) Requerimientos del comprador
- b) Normas de seguridad y empaques vigentes en cada país.
- c) Regulaciones vigentes de Organizaciones Marítimas Internacionales.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

Envase:

El envasado es a la necesidad del comprador, pudiendo elegir entre las siguientes opciones:

Formato:



Bolsa de 10 kg. Y Bolsa de 15 kg.



Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad



Alcance

Alemania – Australia – Bélgica – Canadá – Chile - Corea del Sur - Estados Unidos – España – Grecia – Holanda – Inglaterra – Israel - Italia y Suiza.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

Planta Industrial en la localidad de Pampa del Infierno – Chaco



Depósito de la mercadería – Pampa del Infierno – Chaco



Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de
crecimiento para las empresas en la actualidad

Hornos de carbón - Pampa del Infierno – Chaco



Administración – Los Cardales – Prov. De Buenos Aires



Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

Deposito –Los Cardales – Prov. de Buenos Aires.



Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad



Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad



Anexo N°3

Entrevistas

Entrevista a Carbonex S. A.

- 1) ¿En qué fecha y de qué manera nació la empresa?

Carbonex S.A. nació en 1994.

- 2) ¿En qué año ingresó al mercado internacional? ¿Cuál fue el principal motivo de exportar?

Al ser una empresa con capitales extranjeros inició como una empresa internacional, exportadora.

- 3) Durante el proceso de exportación, ¿acudió a alguna organización que les brindó ayuda con el proceso para exportar?

La empresa cuenta con un despachante de aduana para lograr que la gestión tenga éxito.

También está adherido a La Cámara de Exportadores del Chaco, al C.E.R.A (Cámara de Exportadores de la República Argentina) y pertenece al R.E.CAR (Registro de exportadores de carbón vegetal)

- 4) ¿Cuáles fueron las estrategias competitivas que utilizó la empresa para poder ser elegida?

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

Las estrategias que utilizamos fue la de participar de diferentes convenciones en donde se pueda mostrar la calidad de la mercadería que tenemos, eso mismo nos llevó a ser conocidos.

- 5) ¿A qué países actualmente llega el carbón vegetal?
¿De qué manera llega?**

Alemania, Australia, Bélgica, Canadá, Chile, Corea del Sur, Estados Unidos, España, Grecia, Holanda, Inglaterra, Israel, Italia y Suiza. Realizamos el envío por vía marítima a casi todos los países, exceptuando a Chile que lo hacemos por vía terrestre ya que se trata de un país vecino.

Las exportaciones marítimas se realizan del centro de distribución de 2000 m2 en la ciudad de Los Cardales cercana a los Puertos de Buenos Aires y Campana. Este depósito está habilitado por aduana para consolidación en Planta.

- 6) ¿Podría comentar cuales son los riesgos comerciales por los que pasa la empresa durante el proceso de exportación?**

El incumplimiento de algunos clientes, a la hora de efectuar el total del pago en fecha estipulada.

- 7) ¿En qué se beneficia el país y la región, con la actividad de exportación que logran realizar?**

Con el ingreso de divisas.

- 8) Me podría dar su opinión en base a la siguiente expresión:

“El carbón vegetal chaqueño obtiene o podría obtener un lugar de privilegio en el comercio internacional”

El carbón vegetal Chaqueño actualmente tiene un lugar de privilegio, ya que es una provincia cuyo suelo es una bendición, no se logra encontrar carbón de mejor calidad que el extraído en la provincia del Chaco.

- 9) ¿Qué balance realiza sobre la actividad exportadora del carbón vegetal durante el año 2016?

El año 2016 fue un buen año, con relación a las ventas que se pudieron concretar, y se espera que durante el 2017 las mismas aumenten en un 50 %.

- 10) ¿Cuáles son las perspectivas de la empresa en relación al comercio internacional, para este año que está comenzando?

Al haber mayor movimiento de importaciones, se van a conseguir precios más competitivos de logística, lo que va a lograr mayores ingresos de divisas, por ende mayores ganancias, por lo tanto las perspectivas para este 2017 son muy buenas.

Entrevista a Exportadora Nardelli

- 1) ¿En qué fecha y de qué manera nació la empresa?

Exportadora Nardelli inició sus actividades en el año 1992.

- 2) ¿En qué año ingresó al mercado internacional? ¿Cuál fue el principal motivo de exportar?

En el año 2004 la empresa ingresó al mercado internacional, debido a la crisis económica del país; se tuvo que buscar nuevos negocios.

El primer cliente internacional fue chileno.

- 3) Durante el proceso de exportación, ¿acudió a alguna organización que les brindó ayuda con el proceso para exportar?

El representante que ayudó es un despachante de aduanas, “es como el abogado en la justicia”.

El exportador está abocado al negocio, entonces para exportar se necesitó de un despachante de aduana.

- 4) ¿Cuáles fueron las estrategias competitivas que utilizó la empresa para poder ser elegida?

Buscar la mejor calidad. Lo más importante es la Seriedad de la empresa. El objetivo es cumplir el compromiso. El cliente sabe que la mercadería va a llegar; si no se puede cumplir no se toma el compromiso.

Tesis: El Mercado Mundial como forma potencial de crecimiento para las empresas en la actualidad

La permanencia en el mercado es lo que da la imagen de una empresa seria.

Se produce, se acopia y se exporta.

- 5) ¿A qué países actualmente llega el carbón vegetal? ¿De qué manera llega?

EEUU(ATLANTA – Canadá, Australia), Grecia, Alemania, Holanda, Emiratos Árabes, Turquía, Chile, España.

A Chile es por vía terrestre, Europa y EEUU vía Marítima. (Una parte terrestre hasta Bs As y de ahí, marítima)

Se manda bolsa de 10 kilos y 15 kilos. Pero en el despacho de aduana se declara por tonelada.

Bolsa de 10 kilos 100 bolsas = 1 tonelada

Bolsa de 15 kilos 66 bolsas= 1 tonelada

Se las embasa en la planta (campo largo), de ahí se la coloca en pallets y se va para Presidencia Roque Sáenz Peña, se realiza la aduana y se lo pasa a contenedor o camión que va para Chile.

- 6) ¿Podría comentar cuales son los riesgos comerciales por los que pasa la empresa durante el proceso de exportación?

Con respecto a los clientes, el cliente siempre cumple, mientras vean la seriedad de la empresa.

Como el carbón es bueno, el mejor en 17 países, el cliente se asegura de no arriesgarse en perder la relación y cumplen.

- 7) ¿En qué se beneficia el país y la región, con la actividad de exportación que logran realizar?

El país, con el ingreso de divisas.

La provincia, porque cobra impuestos sobre el producto, mayor al que cobraría si se vendiera al mercado interno el mismo producto.

El hecho de exportar a la provincia la posiciona en el mercado internacional, sobre todo cuando la empresa se mantiene. Le da un status importante.

A nivel forestal, a nivel de bosques, a la provincia le interesa que se exporte ya que se hace un aprovechamiento de materia prima, que en otro momento se quemaba, y en función a lo económico deja dinero y en función a lo social, mano de obra, empleo, todo el año. Son Familias las que trabajan.

El rol social que cumple en la provincia es importantísimo ya que es el rubro que más cantidad de mano de obra mueve.

8) Me podría dar su opinión en base a la siguiente expresión:

“El carbón vegetal chaqueño obtiene o podría obtener un lugar de privilegio en el comercio internacional”

Tiene actualmente un lugar de privilegio.

El carbón argentino siempre estuvo bien visto.

El problema (la comercialización) era los agentes de exportación, ya que no cumplían con los pedidos solicitados, los compromisos.

A partir del 2010 se hizo una categorización de los exportadores y Aduana comenzó con una serie de requisitos, implementó un área que se llama Recar, y para estar en Recar se tiene que cumplir con un montón de requisitos en función a cargas sociales, bosques, logística, personales.

Eso ayudó a limpiar a la gente que no dejaba bien visto; a los intermediarios que no cumplían, o empezaban haciéndolo y después desaparecían.

9) ¿Qué balance realiza sobre la actividad exportadora del carbón vegetal durante el año 2016?

2016 fue un balance importante, bueno. Económicamente el mercado cambió y nos llevó a ser competitivo otra vez. Pasó a ser un producto rentable.

El carbón vegetal si bien se puede vender durante todo el año es un producto sumamente rentable, da un nivel de vida medio bien, no tiene un valor importante en el mercado, sino bajo, por eso también tiene que tener la precaución de hacerlo bien, ya que es un medio de vida importante.

Trae vinculaciones a nivel social, ya que te relaciona con otro tipo de gente y ves cosas que podés aplicar en tu empresa.

10) ¿Cuáles son las perspectivas de la empresa en relación al comercio internacional, para este año que está comenzando?

Se está arrancando bien y esperando que los costos de logística bajen un poco, flete, traslados.

El gobierno anterior no permitía importaciones, y al no importar no venían y no teníamos contenedores para utilizarlos; lo poco que había eran caros, ahora que hay más importaciones, entonces el flete baja y al cliente le conviene.

El nuevo cambio político está ayudando a obtener mejores precios para poder acceder a mejores condiciones competitivas favoreciendo a la empresa.

Países que son competencia en carbón vegetal: África – Cuba –Egipto – Paraguay -Puerto Rico - Bulgaria - España. El competidor directo es Paraguay, pero no tiene exportadores serios y tampoco no le dan la importancia de actividad principal como sí en Chaco y Santiago del Estero, que lo hacen hace años como actividad principal.

Firmas

Alumna



Priscila Natalia Nardelli
D.N.I.: 33.825.154

Profesora Guía



María Ester Pulo Cornejo
D.N.I.: 11.023.567

Evaluación por el Tribunal