

Universidad Abierta Interamericana



Facultad de Ciencias Económicas

Sede Regional Rosario

Carrera: Licenciatura en Comercio Internacional

Exportación de Bebida Espirituosa “Gin”

Plan de Internacionalización para la empresa

LA SALVAJE DEL LITORAL

Estudiante: Portmann Ignacio

Tutor Metodológico: Natalia Fenoglio

Tutor Contenidos: Lic. Lanza Paulo

Diciembre 2023

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
PARTE 1. Formulación de Diagnóstico	6
1.1. La Empresa	6
1.1.1. Distinciones	6
1.1.2. Organigrama	7
1.1.3. Análisis FODA	7
1.1.4. Actividad Económica	8
1.2. Situación Actual del Sector	8
1.3. Productos	9
1.4. Oferta Exportable, Requisitos y Tratamientos Arancelarios	10
1.4.1. Posición Arancelaria	11
1.4.2. Tratamiento Arancelario	12
1.4.3. Intervenciones Comex	12
1.5. Promoción de ventas	12
1.6. Conclusión	13
PARTE 2. Investigación de mercados y selección	14
2. Destinos de las Exportaciones Argentinas	14
2.1. Principales Exportadores Argentinos	15
2.2. Selección de Mercados a Ponderar	15
2.3. Conclusión	20
PARTE 3. Estudios de Mercados	20
3. Informe Paraguay	20
3.1. Ubicación Geográfica	20
3.2. Pasos Fronterizos	20
3.3. Principales Ciudades Comerciales	21
3.4. Población	22
3.5. Mercado de Alcohol	22

3.6. Economía	22
3.7. Exportaciones	24
3.8. Importaciones	24
3.9. Acuerdos Comerciales y Barreras de Entradas	24
3.10. Documentos y Formalidades	25
3.11. Normas Técnicas	26
3.12. Canales de Distribución	26
3.13. Ministerios u Organismos Reguladores	26
3.14. Conclusión informe	27
PARTE 4. Informe Ejecutivo	28
CONCLUSIÓN	31
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	32
ANEXO	33

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Imágenes de la Empresa.	6
Ilustración 2: Organigrama de la Empresa.	7
Ilustración 3: Gin "Camalote".	11
Ilustración 4: Posición Arancelaria del Producto.	11
Ilustración 5: Tratamiento Arancelario del Producto.	12
Ilustración 6: Acuerdos Comerciales de Uruguay.	17
Ilustración 7: Acuerdos Comerciales de Panamá.	17
Ilustración 8: Acuerdos Comerciales de Paraguay.	17
Ilustración 9: Vista Satelital de Paraguay.	20
Ilustración 10: PBI (US\$ actuales – Paraguay).	23
Ilustración 11: PBI per cápita, a valores actuales US\$.	23
Ilustración 12: Incidencia de las exportaciones e importaciones de Paraguay.	24
Ilustración 13: Tarifas Arancelarias.....	25
Ilustración 14: Gastos Directos e Indirectos.	34
Ilustración 15: Derechos de Exportación y U.N esperada.	35
Ilustración 16: Precio FOB de las 648 unidades y valor unitario.	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis FODA.....	7
Tabla 2: Destinos de Exportaciones Argentinas de Gin.....	14
Tabla 3: Principales Empresas Exportadoras Argentinas de Gin.....	15
Tabla 4: Tamaño de mercado.	15
Tabla 5: Tasa de crecimiento de los Mercados.	16
Tabla 6: Acuerdos Bilaterales.	16
Tabla 7: Riesgo País.....	18
Tabla 8: Distancia geográfica en km desde Rosario como punto de origen.	18
Tabla 9: Barreras de Entrada de nuestro producto a los países seleccionados.....	18
Tabla 10: Grado de Apertura Comercial.	19
Tabla 11: Resultados de la Ponderación.....	19
Tabla 12: Origen de las Importaciones de Gin de Paraguay.	33
Tabla 13: Empresas Importadoras de Gin.	34

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Evolución del Crecimiento Económico de la Empresa.....	8
Gráfico 2: Productos de la Empresa.	9
Gráfico 3: Porcentaje de incidencia de cada país.	33

INTRODUCCIÓN

La globalización ha permitido una mayor interconexión e interdependencia entre países y regiones, lo que ha llevado a una expansión del comercio internacional, la circulación de bienes y servicios, y la integración de los mercados financieros. Éstos han generado una serie de beneficios, como el acceso a una mayor variedad de productos y servicios, la reducción de costos de producción y la creación de empleo.

Por su parte, los procesos de internacionalización han permitido a las empresas y organizaciones expandir sus actividades más allá de las fronteras nacionales. Esto ha aumentado sus ingresos económicos, abierto nuevas oportunidades de crecimiento y desarrollo, al permitir el acceso a mercados internacionales, la colaboración con socios extranjeros y la adopción de mejores prácticas empresariales.

El siguiente trabajo se desarrollará en el marco de la primera exportación de una compañía. Se buscará establecer la viabilidad de inserción de uno de sus productos, mediante la recopilación de información interna de la empresa, sector de mercado al que pertenece, formulación de precios y análisis de posibles nuevos mercados extranjeros.

PARTE 1. Formulación de Diagnóstico

1.1. La Empresa

La Salvaje Del Litoral, es una compañía de bebidas espirituosas que produce gin. Creado en el 2017, es el primer gin de la ciudad de Rosario y de la provincia de Santa Fe. Su creadora, Valeria Saavedra, es una de las pocas mujeres destiladoras del país. En 2018, la empresa fue incorporada como marca del programa “Producto de Mi Tierra Santa Fe” y en 2022 obtuvo el sello “Empresa Propiedad de Mujeres” otorgado por el Ministerio de Igualdad, Género y Diversidad de la provincia que promueve el creciente liderazgo y la autonomía económica de las mujeres.

Este año, con tan solo seis años de existencia de la marca, inauguró la primera destilería modelo de la provincia en el parque industrial de la ciudad de Roldán. La incorporación de nuevas tecnologías y equipamiento permitió aumentar la producción bajo estándares de calidad y excelencia para abastecer la demanda interna actual y la futura demanda externa (Gin La Salvaje Del Litoral, 2023).

Ilustración 1: Imágenes de la Empresa.



Fuente: La Salvaje del Litoral.

1.1.1. Distinciones

En 2022, en su primera participación en la prestigiosa competencia internacional “Wine and Spirit Competition (IWSC)” de Londres, La empresa recibió una medalla de oro, entre los 800 competidores de todo el mundo, en la categoría Gin Contemporáneo de los Spirits Awards 2022.

En éste año, La Salvaje fue galardonada con dos medallas de plata:

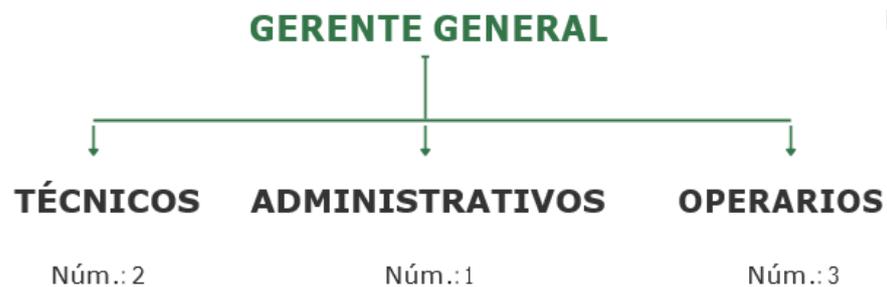
- Calidad, Valor y Creatividad de la presentación en los London Spirits Award 2023.
- La Salvaje-Criolla en los IWSC 2023.

Estas distinciones le brindaron la oportunidad a la empresa de representar a la Argentina en la feria más importante del sector de alimentos y bebidas de los Estados Unidos -“Summer Food Show” (Gin La Salvaje del Litoral, 2023).

1.1.2. Organigrama

La compañía presenta una estructura organizacional simple compuesta por un Gerente General y por debajo de éste se encuentran dos técnicos, un administrativo y tres operarios (Saavedra V. , 2023).

Ilustración 2: Organigrama de la Empresa.



Fuente: La Salvaje del Litoral.

1.1.3. Análisis FODA

Tabla 1: Análisis FODA.

AMENAZAS	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mercado con mucha competencia nacional e internacional. ▪ Competidores con grandes inversiones en Marketing y publicidades. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumento de producción. ▪ Equipos de última tecnología. ▪ Buena relación Precio, Calidad y Diseño. ▪ Conformidad con los clientes. ▪ Distinciones Internacionales.
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faltantes de botellas de vidrios. ▪ Distribución a gran escala. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Expansión Nacional. ▪ Ferias Internacionales. ▪ Producto de gran atracción en el mercado internacional.

Fuente: La Salvaje del Litoral.

Amenazas: el mercado al pertenecer el producto está compuesto por más de mil marcas a nivel internacional donde a su vez presentan gran diversidad del respaldo económico. Ésta diferencia genera que los escalones de competencia se den principalmente por las inversiones en marketing y no por la calidad de los productos.

Fortalezas: a pesar de tener pocos años en el mercado, la empresa fue creciendo con sus objetivos bien claros. Ésta determinación del rumbo logró crear un producto en relación precio, calidad y diseño junto a una planta destiladora de primer nivel para abastecer a nuevos mercados.

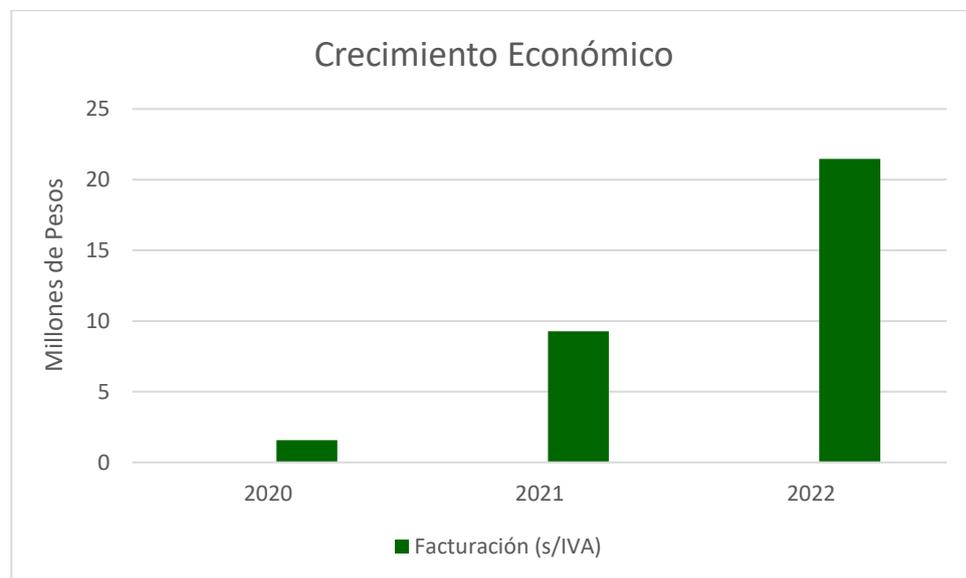
Oportunidades: las características del producto recién mencionadas, permiten que sea muy atractivo para los consumidores nacionales e internacionales.

Debilidades: anteriormente la empresa utilizaba botellas de origen Chino, ante la escasez de vidrio, comenzaron a abastecerse de botellas nacionales de mayor valor. Por otro lado, la demanda del producto va a exigir a largo plazo una mayor estructura de distribución, la cual hoy en día la compañía carece.

1.1.4. Actividad Económica

Desde el comienzo de la actividad productiva, la empresa fue aumentando su producción registrando en los años 2020, 2021 y 2022 la suma aproximada de 16 mil, 20 mil y 26 mil unidades respectivamente. La facturación (S/IVA) del primer año mencionado fue de \$1.578.510, mientras que para el último año se realizaron ventas por \$21.460.599 (Saavedra M. y., 2023).

Gráfico 1: Evolución del Crecimiento Económico de la Empresa.



Fuente: Elaboración propia.

1.2. Situación Actual del Sector

Los productos en cuestión están destinados a consumidores mayores de 18 años. Éstos se pueden encontrar dentro del sector gastronómico, en lugares como bares y restaurantes, como también dentro del ámbito nocturno, en discotecas o en juntadas entre individuos.

El consumo de gin en Argentina creció un 81% entre los periodos 2020-2021. Éste incremento viene impulsado por la segmentación de Gin Premium / Gin Super Premium. La pandemia benefició a este sector de bebidas ya que los consumidores de fueron mejorando sus habilidades de consumo, volviéndose más exigentes y buscando opciones de alta calidad. Es aquí donde los botánicos juegan un rol fundamental, dando la identidad a cada marca (IWSR, 2022).

El mercado argentino de bebidas espirituosas, está integrado por más de 300 marcas, donde el 4% pertenece al Gin. Dentro de la oferta de éste tipo de producto se encuentran alrededor del 72% de marcas nacionales y un 28% de marcas importadas.

A nivel regional, dentro de Latinoamérica, el consumo de gin es tendencia principalmente en zonas turísticas donde la demanda se encuentra en los bares y hoteles (BAE, 2022).

1.3. Productos

Gráfico 2: Productos de la Empresa.

Nombre	Gin La Salvaje Del Litoral
Edición	CAMALOTE
Volumen Alc.	40%
Tipo de Destilación	Arrastre de vapor y cuatro destilaciones en alambique de cobre.
Diseño	
Nombre	Gin La Salvaje Del Litoral
Edición	ART DECÓ
Volumen Alc.	40%

Tipo de Destilación	Arrastre de vapor y cuatro destilaciones en alambique de cobre.
Diseño	
Nombre	Gin La Salvaje Del Litoral
Edición	CRIOLLA
Volumen Alc.	40%
Tipo de Destilación	Arrastre de vapor, cuatro destilaciones en alambique de cobre y maceración final con flor de hibiscos
Diseño	

Fuente: La Salvaje Del Litoral.

1.4. Oferta Exportable, Requisitos y Tratamientos Arancelarios

De los productos que fabrica la empresa en la actualidad, se decidió optar por el Gin “Camalote”. La inclinación hacia esta opción se debe a que es el producto estrella de la empresa. Éste, fue distinguido con la medalla de oro de los IWSC y la medalla plateada en los London Spirit Competition.

Ilustración 3: Gin "Camalote".



Características Técnicas:

- Nombre: La Salvaje Del Litoral “Gin Camalote”.
- Volumen Alc.: 40%
- Tamaño: 700 ml.
- Peso: 1,35kg.
- Disposición: cajas de 6 unidades con separadores internos.
- Dimensiones: 30 cm de largo x 24 cm de alto x 20 cm de ancho.
- Peso: 8,3kg

1.4.1. Posición Arancelaria

Según la Nomenclatura Común del Mercosur, éste producto se encuentra ubicado en la posición **2208.50.00**. A continuación su detalle (VUCE, 2023):

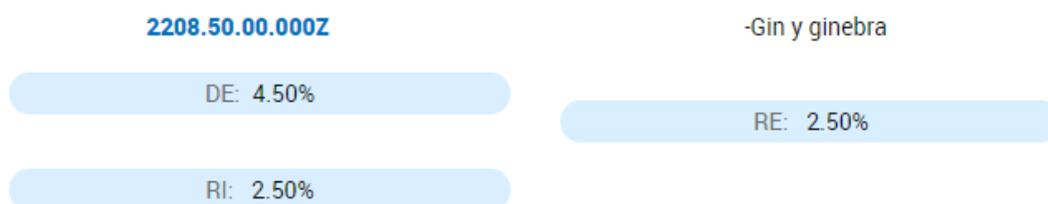
Ilustración 4: Posición Arancelaria del Producto.

Posición arancelaria	Descripción
- 22	BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE
- 22.08	ALCOHOL ETILICO SIN DESNATURALIZAR CON GRADO ALCOHOLICO VOLUMETRICO INFERIOR AL 80 % VOL.; AGUARDIENTES, LICORES Y DEMAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS.
+ 2208.20.00	-Aguardiente de vino o de orujo de uvas
+ 2208.30	-Whisky
+ 2208.40.00	-Ron y demás aguardientes procedentes de la destilación, previa fermentación, de productos de la caña de azúcar
2208.50.00.000Z	-Gin y ginebra

Fuente: Central de Información (Vuce).

1.4.2. Tratamiento Arancelario

Ilustración 5: Tratamiento Arancelario del Producto.



Fuente: Central de Información (Vuce).

- Se establecen alícuotas de derechos de exportación para determinadas posiciones arancelarias de la N.C.M, incentivando la diversificación, complejizando y desincentivando de la canasta exportable. Para nuestro producto, el Derecho de Exportación es de 4,50%.
- Los reintegros a las exportaciones consisten en un porcentaje que se aplica sobre el valor FOB de la mercadería a exportar, que es el valor de venta de los productos en su lugar de origen más los costos que corren por su cuenta del comprador, los fletes, seguros y otros gastos necesarios para hacer llegar la mercadería hasta la aduana de salida. En este caso, tanto el reintegro de exportación intrazona como el extrazona son de 2,50%.

1.4.3. Intervenciones Comex.

Argentinas al Mundo: programa que promueve el liderazgo y la participación equitativa de las mujeres en los negocios internacionales. Dentro de los beneficios que ofrece el programa se encuentran entrenamientos de negocios, información para la toma de decisiones sobre mercados internacionales estratégicos e identificación de potenciales compradores, bonificaciones especiales en ferias internacionales y la posibilidad de participar en rondas de negocios, inversiones, entre otras (Argentinas al Mundo, 2023).

1.5. Promoción de ventas

- Ventas Digitales: Página web y redes sociales.
- Eventos: Exposiciones, showroom, degustaciones, recorridos por la empresa. Contactos dirigidos: Envío de muestras y folleterías.
- Rondas de negocios.

1.6. Conclusión

Después de realizar el informe diagnóstico, hemos observado una empresa que presenta un producto de alta calidad, galardonado a nivel internacional, que siempre ha tenido claros sus objetivos, que nunca ha temido al crecimiento y que se ha ido adaptando a cada paso que ha dado. Recientemente, ha inaugurado una nueva instalación que les permitirá aumentar el volumen de producción y hacer frente a la demanda nacional e internacional que pueda surgir en un futuro cercano.



PARTE 2. Investigación de mercados y selección

En esta fase se realizará una investigación en base a datos secundarios, provistos por diferentes organizaciones reconocidas a nivel mundial para establecer los potenciales mercados para nuestro producto designado: La Salvaje Del Litoral – “Gin Camalote”.

2. Destinos de las Exportaciones Argentinas

A continuación, se incluirá un gráfico que contiene los principales países importadores con sus incidencias en el total de las importaciones de la categoría de nuestro producto, para las exportaciones de Argentina entre agosto 2022 y julio 2023. Del mismo se puede observar que Estados Unidos lidera la lista con un importe valor FOB de US \$157.228. Le siguen Italia con US \$101.020 y Uruguay con US \$68.090. Luego se observa a España, Japón, Bélgica, Panamá, Francia, Paraguay, entre otros (Soft Trade, 2023).

Tabla 2: Destinos de Exportaciones Argentinas de Gin.

País de Destino	U\$S FOB	% Incidencia
Estados Unidos	157.228,00	26%
Italia	101.020,00	17%
Uruguay	68.090,00	11%
España	56.584,00	9%
Japón	49.203,00	8%
Bélgica	28.995,00	5%
Panamá	24.666,00	4%
Francia	18.754,00	3%
Paraguay	18.748,00	3%
Total	523.288,00	88%
Otros Países	59.353,00	10%

Fuente: Softrade.

2.1.Principales Exportadores Argentinos

Tabla 3: Principales Empresas Exportadoras Argentinas de Gin.

Exportador	Marca	Inc.
MITRE FORTIN S.R.L.	Príncipe de Los Apóstoles	41%
POLDITOS	Bosque Gin	16%
PERNOD RICARD ARGENTINA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDA	Brighton Gin	10%
SOL DE LOS ANDES S A	Hilbing Gin	5%
JAGUARY MINK S.A.	Maleficio Gin	5%
BORDONI AFC SA	Llave Gin	5%
ACONCAGUA DISTILLERY	Aconcagua Gin	4%
MESOPOTAMIAN DRINKS SOCIEDAD ANONIMA	Herederro Gin	3%
BEBIDAS DEL SUR	Myrica	2%
DESTILERÍA MORETTI	Buenos Aires Gin y Caporale Oaked Gin	2%
Total		94%
Otros Exportadores		6%

Fuente: Softrade.

2.2.Selección de Mercados a Ponderar

Para la selección de los posibles destinos de nuestro producto tendremos en cuenta las relaciones comerciales entre Argentina y los demás países, el tamaño del mercado, las culturas y un punto muy relevante a tener en cuenta es la capacidad de la empresa en hacer frente a los distintos gastos que variarán según la elección de los países de destino para realizar una primera exportación.

En consideración recién mencionado, los países seleccionados para ponderación son Uruguay, Panamá y Paraguay.

En las siguientes tablas podemos observar los indicadores de los tres países analizados, brindando una ponderación total basada en comparaciones entre los países.

2.2.1. Tamaño de Mercado

Tabla 4: Tamaño de Mercado.

País	Cantidad de Habitantes	Ponderación
Uruguay	3.4262.60	2
Panamá	4.351.267	3
Paraguay	7.353.000	5

Fuente: Datos Macros.

Es importante recordar que el producto a comercializar está destinado a personas mayores de edad, en el caso de Paraguay, país con mejor ponderación, posee el 65,8% de su población mayor de edad. (Datos Macro, 2022)

2.2.2. Tasa de Crecimiento del Mercado

Tabla 5: Tasa de crecimiento de los mercados.

País	Tasa de Crecimiento	Ponderación
Uruguay	71.177 Millones US\$	3
Panamá	76.523 Millones US\$	5
Paraguay	41.722 Millones US\$	2

Fuente: Datos Macro.

Para ponderar este indicador se tuvo en cuenta el PBI per cápita en US\$. Éste es importante para determinar cuál es el capital con el que cuentan los diferentes estados para adquirir nuestro producto (Datos Macro, 2022).

2.2.3. Acuerdos Bilaterales

Tabla 6: Acuerdos Bilaterales.

Países	Acuerdos Comerciales	Ponderación
Uruguay	26	8
Panamá	20	4
Paraguay	26	8

Fuente: World Trade Organization.

Mediante acuerdos comerciales dos o más países pactan la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios. Uruguay y Paraguay cuentan con acuerdos comerciales con Argentina (WTO, 2023).

Ilustración 6: Acuerdos Comerciales de Uruguay.



Fuente: WTO.

Ilustración 7: Acuerdos Comerciales de Panamá.



Fuente: WTO.

Ilustración 8: Acuerdos Comerciales de Paraguay.



Fuente: WTO.

2.2.4. Riesgo País

Tabla 7: Riesgo País.

Países	Riesgo País	Ponderación
Uruguay	A4	8
Panamá	B	6
Paraguay	B	6

Fuente: COFACE.

A través del estudio de éste indicador es posible determinar la confianza y la seguridad que generan estos países al mundo en cuanto a negocios. Uruguay se encuentra en el nivel A4 que significa “Aceptable”, mientras que Panamá y Paraguay comparten el nivel B que es equivalente a “Significante”. (COFACE, 2022).

2.2.5. Distancia Geográfica

Tabla 8: Distancia geográfica en km desde Rosario como punto de origen.

País	Distancia en Km	Ponderación
Uruguay (Montevideo)	600 Km	5
Panamá (Panamá)	5078 Km	2
Paraguay (Asunción)	1080 Km	3

Fuente: Google Maps.

Debido a la escasa diferencia cultural se decidió ponderar en base a la distancia geográfica. Partiendo desde Rosario, Santa Fe, Argentina hasta las respectivas capitales de los países seleccionados. (Google Maps, 2023).

2.2.6. Barreras de Entrada

Tabla 9: Barreras de Entrada de nuestro producto a los países seleccionados.

Países	Barreras de Entrada	Ponderación
Uruguay	6	6
Panamá	4	4
Paraguay	10	10

Fuente: ITC, Mac Map.

En relación a las tarifas aduaneras, Uruguay y Paraguay forman parte del MERCOSUR, por lo cual, existen acuerdos de preferencias arancelarias donde el

derecho de exportación es de 0%. En el caso de Panamá, la tarifa aplicada sobre las importaciones es del 13,20% por acuerdo de Nación más Favorecida (ITC, 2023).

En cuanto a requisitos de importación aplicados a este producto:

Uruguay: presenta Medidas sanitarias y fitosanitarias, requiriendo certificado de comercialización del laboratorio tecnológico del Uruguay.

Panamá: no presenta ningún requisito específico.

Paraguay: presenta requisito de registro y aprobación de producto (A810), requisitos de etiquetado (B310).

2.2.7. Regulaciones Legales

Tabla 10: Grado de Apertura Comercial.

País	Importaciones %PBI	Ponderación
Uruguay	17,41%	2
Panamá	32,26%	3
Paraguay	33,96%	5

Fuente: Datos Macro.

Las regulaciones son determinadas a partir de la comparación del porcentaje de importaciones en relación con el PBI para el último año, éste indicador nos revela el grado de apertura o cierre de cada una de las economías de los países bajo análisis. (Datos Macro, 2022)

2.2.8. Tabla de Ponderación

Tabla 11: Resultados de la Ponderación.

Criterios	Valoración			Ponderación
	URUGUAY	PANAMÁ	PARAGUAY	
Tamaño de Mercado	2	3	5	10
Tasa de Crecimiento de Mercado	3	5	2	10
Acuerdos Bilaterales	8	4	8	20
Riesgo País	8	6	6	20
Distancia Geográfica y/o Cultural	5	2	3	10
Barreras de Entradas	6	4	10	20
Regulaciones Legales	2	3	5	10
TOTAL	34	27	39	100

Fuente: Elaboración Propia.

2.3. Conclusión

En base a los distintos parámetros que se utilizaron para generar una mejor perspectiva entre las opciones seleccionadas, se determina que Paraguay es el país óptimo ponderado para llevar a cabo la primera exportación por parte de la empresa.

PARTE 3. Estudios de Mercados.

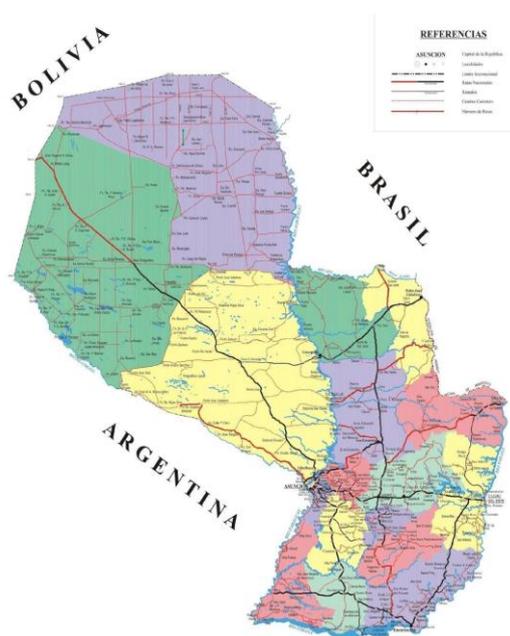
Teniendo en cuenta que se identificó cuál es nuestro país de preferencia entre los seleccionados, por lo que, en el siguiente apartado se perfeccionará en profundidad a Paraguay. Luego se desarrollarán las características generales y sectoriales de nuestro producto en Uruguay y Panamá.

3. Informe Paraguay

3.1. Ubicación Geográfica

La República del Paraguay, situada en el Hemisferio Sur del Continente Americano que limita al Norte, Brasil y Bolivia, al Este, Brasil y Argentina, al Sur, Argentina y al Oeste Bolivia y Argentina.

Ilustración 9: Vista Satelital de Paraguay.



3.2. Pasos Fronterizos

Rutas (Argentina.gob.ar, 2023).

- Clorinda – Puerto José Falcón. (Formosa)
- Colonia General Belgrano – General Bruguez. (Formosa)
- Isleta – Paraje Rojas Silva. (Formosa)

- Misión La Paz – Pozo Hondo. (Salta)
- Pasarela La Fraternidad. (Formosa)
- Paso El Remanso – La Verde. (Formosa)
- Paso Lamadrid – Misión San Leonardo. (Formosa)
- Posadas – Encarnación. (Misiones)

El traslado de la mercadería a destino, frecuente la utilización del transporte acuático, representando el 87% del transporte para las importaciones de Gin. Luego, el medio de transporte más utilizado es el terrestre, representando un 12% del valor total (SofTrade, 2023).

3.3. Principales Ciudades Comerciales

Asunción: la capital y la ciudad más poblada de Paraguay. Se trata de un municipio autónomo administrado como Distrito Capital. Sede de los tres poderes de la Nación y del principal puerto fluvial, también es el centro cultural del país. Por otro lado, está considerada como una de las capitales más baratas del mundo, además de ser una de las más seguras de la región y una de las mejores para las inversiones de construcciones y servicios.

Ciudad del Este: En el extremo este de Paraguay, en la Región Oriental, encontramos Ciudad del Este, capital del departamento de Alto Paraná. Se encuentra en la triple frontera con Brasil y Argentina. Está conectada con la ciudad brasileña de Foz de Iguazú por el Puente de la Amistad. Ciudad del Este es conocida por ser una de las zonas de libre comercio más grande del mundo y, de hecho, es el principal destino de compras del país.

Luque: Ubicada en el Departamento Central, Luque alberga el Aeropuerto Internacional Silvio Pettirossi y el Parque Ñu Guazú, además de ser sede del Comité Olímpico Paraguayo y de la CONMEBOL.

San Lorenzo: es la cuarta ciudad más poblada de Paraguay, está situada en el corazón del Departamento Central. Es conocida como Ciudad Universitaria, ya que alberga la sede central y el campus de la Universidad Nacional de Asunción. Gracias a su ubicación estratégica, es una ciudad apta para las actividades comerciales.

Capiatá: También en el Departamento Central, es la única ciudad del departamento que limita con siete ciudades (Areguá, Itauguá, J.A. Saldívar, Luque, Ñemby, Ypané y San Lorenzo). La ciudad cuenta con una actividad comercial intensa

y, de hecho, proliferan los comercios y las industrias pequeñas y medianas. (Net, Guía de Negocios, 2022).

3.4.Población

La población del Paraguay al año 2022 cerró con 7.453.695 habitantes, donde los indicadores sociales establecen que la densidad poblacional es de 16,7 Hab/Km². con una media poblacional de 29,7 años. Específicamente, el 64,7% de las personas se ubica en el rango entre 15 y 64 años. La población se distribuye en dos grandes grupos poblacionales: la población urbana (63,3%) que es mayor a la población rural (36,7%). (Argentina.gob.ar, Mayo 2022).

3.5.Mercado de Alcohol

Dentro de los sectores identificados con mayores oportunidades de negocios para las empresas argentinas se encuentran los alimentos y bebidas, vinos, los cuales son nuestro interés a pesar que no se especifique nuestro producto.

El target de los consumidores de alcohol son principalmente hombres, aunque también mujeres, de entre 30 y 65 años, con un poder adquisitivo media a alto que presentan hábitos de consumo urbanos.

Dentro de las bebidas preferidas por los paraguayos se encuentran la cerveza, que explica el 54,9% del consumo; a continuación, se sitúa el vino, con un 30,1%, seguido por las bebidas espirituosas (vodka, ginebra, whisky, ron) que representan el 21,8% de la demanda.

3.6. Economía

El guaraní es la moneda de curso legal actual de Paraguay y su conversión es la siguiente en el día 30 de noviembre de éste año. (El Cronista, 2023):

1 PYG = 0.04845 ARS

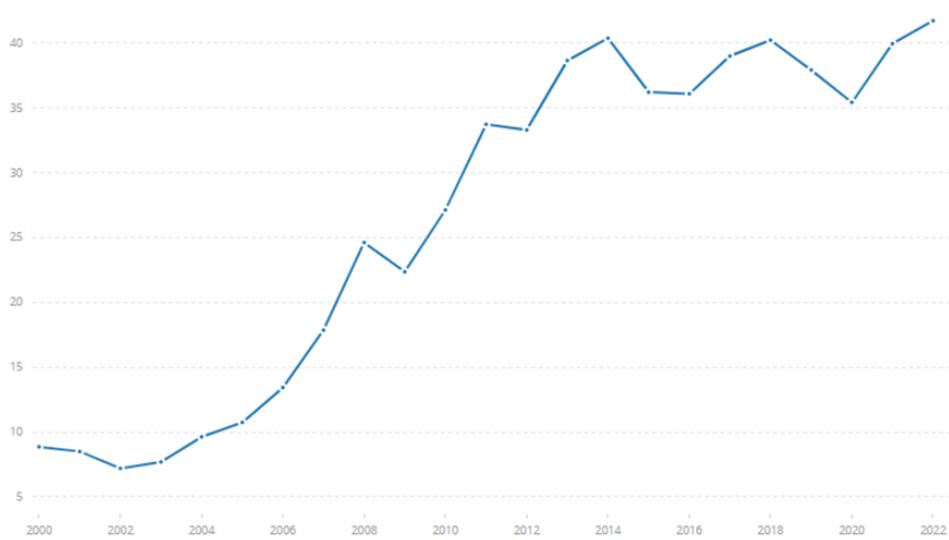
1 ARS = 20.64050 PYG

1 USD = 70430.05 PYG

1 PYG= 0.00013 USD

Uno de los indicadores más importantes de un país, en términos económicos, lo constituye el PIB. En el caso de Paraguay, en el año 2020 este fue de USD 35.670 millones, y refleja un leve descenso del 0.6% en relación al año anterior. Sin embargo, ya para el 2022, el valor fue de US \$41,72 mil millones y con un PBI per cápita a USD actuales de US \$6,153 (World Bank, 2022).

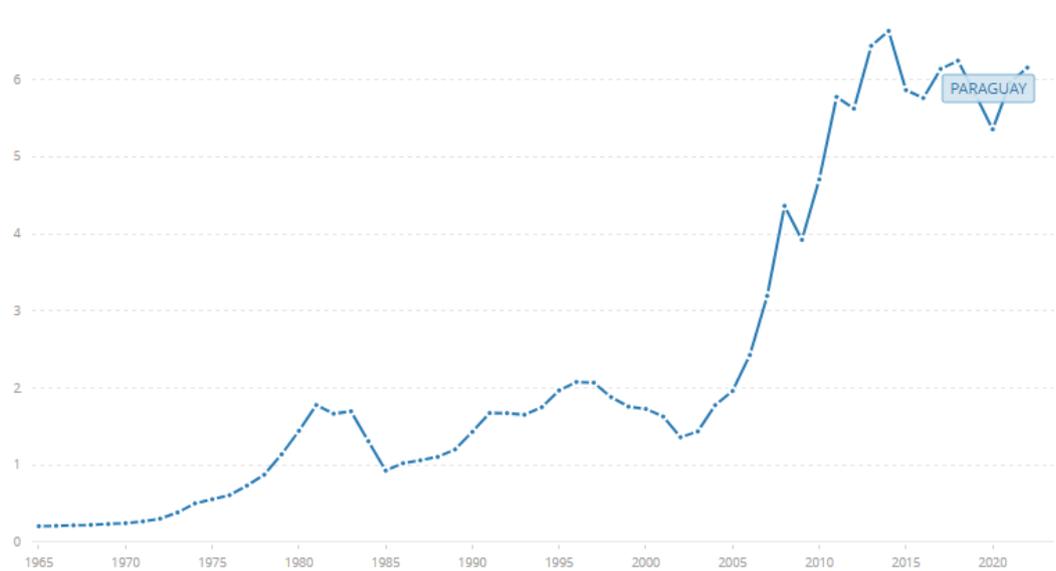
Ilustración 10: PBI (US\$ actuales – Paraguay).



Fuente: Banco Mundial.

El Gobierno de Paraguay lleva adelante un programa de atracción de inversiones basado en la apertura de mercado, escasas regulaciones, baja presión tributaria y beneficios fiscales, costos laborales y precios de la energía competitivos.

Ilustración 11: PBI per cápita, a valores actuales US\$.



Fuente: Banco Mundial.

3.7. Exportaciones

En 2022, las exportaciones totales paraguayas alcanzaron los US \$13.875,0 millones, un 1,5% inferior al año anterior. Los principales destinos de las exportaciones fueron Brasil (36,9%), Argentina (20,7%), Chile (11,1%), y resto del mundo (31,3%).

3.8. Importaciones

Se registró un total de U\$S 15.191,4 millones para 2022 que representó un incremento del 16,1% con respecto al año anterior. La balanza comercial para dicho año registró un déficit de USD 1.316,4 millones, a diferencia del superávit registrado en el año 2021.

En relación con los orígenes de las importaciones paraguayas, China es el principal proveedor con una participación del 29,6% sobre el total importado por Paraguay, luego le siguen Brasil (23,2%) y Estados Unidos (9,6%).

Argentina por su parte ocupa el cuarto puesto del origen de las importaciones, representando el 7,9% del total con un valor de U\$S 1.246 millones. Las exportaciones argentinas de nuestro producto de interés alcanzaron los U\$S 18.748 valor FOB, representando el 2,3% de los destinos de interés. (Net, Ficha Económica , 2023).

Ilustración 12: Incidencia de las exportaciones e importaciones de Paraguay.

ORIGEN IMPORTACIONES 2022			DESTINO EXPORTACIONES 2022		
1	China	29,6%	1	Brasil	36,9%
2	Brasil	23,2%	2	Argentina	20,7%
3	Estados Unidos	9,6%	3	Chile	11,1%
4	Argentina	7,9%	4	Federación Rusa	3,6%
5	Singapur	2,4%	5	Estados Unidos	2,6%
ORIGENES IMPORTACIONES DESDE A. LATINA 2022			DESTINOS EXPORTACIONES HACIA A. LATINA 2022		
En millones de US\$			En millones de US\$		
1	Brasil	3.675,8	1	Brasil	3.676,0
2	Argentina *	1.246,0	2	Argentina *	2.060,7
3	Mexico	182,3	3	Chile	1.108,7
4	Uruguay	154,0	4	Uruguay	206,5
5	Chile	126,7	5	Perú	99,4

Fuente: Ficha Económica de Paraguay.

3.9. Acuerdos Comerciales y Barreras de Entradas.

Acuerdos multilaterales

- Miembros de la OMC 01 enero 1995 (Parte contratante del GATT 1947 desde 06 enero 1994).

Uniones aduaneras

- Paraguay es miembro del MERCOSUR 26 marzo 1991

Acuerdos de libre comercio

- MERCOSUR – Israel 18 diciembre 2007
- MERCOSUR - Perú (ACE 58) 30 noviembre 2005
- MERCOSUR -Bolivia (ACE 36) 17 diciembre 1996
- MERCOSUR – Chile (ACE 35) 25 junio 1996 Vigencia: 01 octubre 1996
- Argentina (ACE N° 13) 06 noviembre 1992 Vigencia: 06 noviembre 1992 Acuerdo Argentina/Paraguay

En relación a las barreras de entradas, existen requisitos sanitarios y fitosanitarios, de inscripción y registro para importadores y para determinados rubros en las entidades pertinentes a fin de garantizar la responsabilidad civil (ITC, 2023).

Ilustración 13: Tarifas Arancelarias.

Régimen arancelario ①	Tarifa Aplicada ①	CRA ①
Derechos NMF (aplicados) ②	20%	20%
Arancel preferencial para los países del MERCOSUR ②	0%	0%
Preferencia arancelaria regional (Aladi: AR.PAR4) para Argentina ②	18,40%	18,40%

Fuente: MacMap.

3.10. Documentos y Formalidades

Los documentos requeridos para las importaciones

- Factura Comercial.
- Conocimiento de Embarque.
- Certificado de origen.
- Manifiesto de carga.
- Certificado bromatológico (para alimentos).
- Certificado fitosanitario (para vegetales, semillas)
- Acreditación fitosanitaria de Importación (AFIDI) (para vegetales, semillas)

Formalidades

- Visado de los documentos de importación en el Consulado Paraguayo de origen.

- Requisito de autorización previa de importación para productos vegetales
- Requisito de registro sanitario para productos alimenticios y otros.

3.11. Normas Técnicas

En materia de etiquetado, rotulado y promedio rigen disposiciones acordadas en el ámbito del MERCOSUR (Res. GMC MERCOSUR N° 36/93). Las normas sobre etiquetado son competencia del Ministerio de Industria y Comercio, Dirección General de Defensa del Consumidor. (<http://www.intn.gov.py>)

Normas técnicas. El INTN--Instituto Nacional de Tecnología, Normalización y Metrología es la agencia del gobierno encargada de desarrollar las normas técnicas y de certificar productos, sistemas y servicios.

El registro de marca no es de carácter obligatorio si ya se ha registrado el producto en la Argentina. Queda a criterio del exportador registrar o no su producto en Paraguay.

3.12. Canales de Distribución

El canal de distribución utilizado para bebidas alcohólicas es considerado como un canal corto y ancho, ya que la mayoría de los importadores son a la vez distribuidores, y en ocasiones comercializan los productos a consumidores finales. La mayoría de los importadores se pueden considerar multisectoriales, ya que comercializan mercaderías de distintos rubros, relacionados o no y tienen muy atomizada su cartera de clientes. Otros se dedican específica y únicamente a las bebidas alcohólicas.

El eslabón siguiente a los importadores se bifurca; una parte continúa vía retail, donde podemos encontrar los autoservicios (supermercados e hipermercados), bodegas, establecimientos especializados o de productos de alta gama, y, por el otro lado, está el canal HORECA, que abarca hoteles, restaurantes y cafés, aunque también incluye bares y negocios similares. Existe una participación creciente de la oferta a través de canales electrónicos, tanto por parte de importadores/ distribuidores, como supermercados y tiendas especializadas (Argentina.gob.ar, Mayo 2022).

3.13. Ministerios u Organismos Reguladores

- VUI - Ventanilla Única del Importador.
- VUE - Ventanilla Única de Exportaciones.
- Aduana Paraguay.
- SENAVE - Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Vegetal y de Semillas.

- INAN - Instituto Nacional de Alimentos y Nutrición.

Información Comercial

Firmas de Paraguay que suministran informes comerciales, antecedentes judiciales y penales, laborales, deudas sobre empresas y personas al sector financiero local:

- Informconf: www.informconf.com.py
- Criterion: www.criterion.com.py

3.14. Conclusión informe

Teniendo en cuenta el buen desempeño y crecimiento económico, la aparición de nuevos hábitos de consumo en áreas urbanas donde se incluyen productos más atractivos y de mayor calidad, la cercanía geográfica, cultural y logística entre Argentina y Paraguay, como la escasa necesidad de adaptación del producto, se puede deducir que este mercado es muy interesante para llevar a cabo la primera exportación por parte de la empresa.

En relación a los otros países ponderados en el apartado anterior, Uruguay y Panamá, son dos países que ofrecen ventajas comerciales significativas. Tanto Uruguay como Panamá tienen economías estables y sólidas, lo que crea un entorno propicio para el comercio y la inversión. Además, ambos países han firmado acuerdos comerciales que les permiten acceder a mercados internacionales en condiciones favorables. A su vez, ambos países ofrecen estabilidad económica, lo que brinda un ambiente favorable para los negocios. Además, tanto Uruguay como Panamá ofrecen incentivos fiscales y beneficios que atraen la inversión extranjera y fomentan el comercio.

En cuanto a Uruguay, su infraestructura bien desarrollada facilita el transporte y la logística de los productos, lo que resulta en una mayor eficiencia en la cadena de suministro. Además, la estabilidad política y jurídica de Uruguay brinda seguridad y confianza a los inversores y empresarios que desean establecerse en el país.

Por otro lado, Panamá se destaca como un importante centro logístico y de transporte en América Latina. Su ubicación estratégica y el famoso Canal de Panamá hacen de este país un punto de conexión clave para el comercio internacional. Además, Panamá ha firmado diversos acuerdos comerciales, incluido el Tratado de Promoción Comercial con los Estados Unidos, lo que le brinda acceso preferencial a este mercado tan importante.

PARTE 4. Informe Ejecutivo



Empresa: La Salvaje Del Litoral.

Producto: Gin.

Nombre Comercial: Camalote.

Posición Arancelaria: 2208.50.00

Derecho de Exportación: 4,5%

Reintegro Intrazona: 2,5%

Reintegro Extrazona: 2,5%

Características

- Tamaño: 700 ml.
- Vol. Alcohol: 40%.
- Peso: 1,35Kg.
- Distribución: cajas de 6 unidades con separadores internos.
- Medidas: 30 cm de largo x 24 cm de alto x 20 cm de ancho.
- Peso Caja: 8,3Kg.
- Precio: El valor FOB que fue brindado por la empresa al día 22/11/23 es de US \$12,77 la unidad.

- Disposición para su Traslado: Pallet Americano (100cm x 120cm), distribuidas en cinco niveles de 20 cajas por c/u (Bases de 5 x 4 cajas). En total, se situarán 100 cajas, equivalentes a 600 unidades de Gin.
- Pesaje Neto: 830 kg
- Pesaje Bruto: 830 kg (100 cajas) + 30 kg (pallet americano) = 860 kg.

Países Seleccionados: Uruguay, Panamá y Paraguay.

País con mejor ponderación: Paraguay.

Principales Ciudades de Paraguay: Ciudad del Este, Concepción, Asunción, Luque, San Lorenzo y Capiatá.

Medio de Transporte: Terrestre.

Principales Importadores

AJ S.A. CALIDAD ANTE TODO

- Dirección: *Av. España, Asunción 001411, Paraguay.*
- Página Web: <https://www.grupovierci.com/>
- Relevancia en el mercado: representa el 63,06% de la cantidad de litros de Gin importados.

LA CAOBA SA INDUSTRIAL Y COMERCIAL

- Dirección: Mariano Roque Alonso 111019, Paraguay.
- Página Web: <https://www.lacaoba.com.py/>
- Relevancia en el mercado: representa el 14,08% del valor de litros de gin importados.

BORGARO SOCIEDAD ANONIMA

- Dirección: Pedro Juan Caballero 130123, Paraguay.
- Relevancia en el mercado: posee una incidencia del 7,02% de las importaciones de gin.

Formación de Precio:

El valor FOB del producto seleccionado fue elaborado por parte de la empresa. Este precio, corresponde al importe con el cual la compañía ofrecerá y negociará su producto a los clientes extranjeros interesados.

Para la construcción del dicho valor, La Salvaje del Litoral en coordinación con un Despachante de Aduana, establecieron los siguientes parámetros:

- Cantidad Mínima a ofrecer.
- Moneda Dólar Americano (US\$) para la cotización.

- Gastos totales de elaboración del producto que incluye materia prima, envases y embalaje.
- Derechos de Exportación como Reintegros que le son grabados al producto, los cuales son indicados en su posición arancelaria del (N.C.M).
- Se incluyen gastos adicionales, comisiones, gastos de transporte y seguros internos.

CONCLUSIÓN

En primer lugar, agradezco sinceramente la disposición de la empresa para compartir sus expectativas e información confidencial, lo cual demuestra su compromiso y objetivos claros. En nuestra opinión, consideramos que la decisión de expandirse a nivel internacional está acertada.

Como se mencionó anteriormente, la recomendación es comenzar por los mercados cercanos, donde hay volúmenes de venta que no generarán un desequilibrio entre la demanda nacional e internacional. Además, es importante evitar gastos innecesarios al adaptar el producto y aprovechar las similitudes tanto culturales como comerciales que existen.

Paraguay es el país que cumple con las recomendaciones, además de tener una economía estable, un mercado de consumidores detectado que fue analizado en base a las edades de la población ya que el producto no es apto para el consumo de todo el público. Finalmente, se sugiere aprovechar la ubicación geográfica de este país para establecerse en provincias como Misiones, donde la empresa puede adaptarse fácilmente y beneficiarse de los centros turísticos y los visitantes internacionales con sus productos. Estos productos se adaptan a la naturaleza de la zona.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- *Argentina.gob.ar.* (2023). Obtenido de Ministerio de Seguridad:
<https://www.argentina.gob.ar/seguridad/pasosinternacionales>
- *Argentina.gob.ar.* (Mayo 2022). *Investigación de Mercado - Vermut.* Paraguay.
- *Argentinas al Mundo.* (2023). Obtenido de Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional: <https://www.inversionycomercio.ar/argentinas>
- *BAE.* (17 de 10 de 2022). Obtenido de El Boom del Gin:
<https://www.baenegocios.com/findesemana/Tendencia-Crecio-81-el-consumo-de-gin-en-Argentina-20221017-0030.html>
- *COFACE.* (2022). Obtenido de <https://www.coface.com.ar/Noticias-y-Publicaciones/Noticias/Riesgo-pais-y-riesgo-sectorial-a-nivel-mundial>
- *Datos Macro.* (2022). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/>
- *El Cronista.* (30 de 11 de 2023). Obtenido de
<https://www.cronista.com/MercadosOnline/moneda.html?id=PYG>
- *Gin La Salvaje del Litoral.* (2023). Obtenido de Distinciones:
<https://ginlasalvaje.com/distinciones/>
- *Gin La Salvaje Del Litoral.* (2023). Obtenido de <https://ginlasalvaje.com/>
- *Google Maps.* (2023). Obtenido de <https://www.google.com/maps/@-32.9538257,-60.639498,15z?authuser=0&entry=ttu>
- (2023). *Guía de Negocios.* Uruguay: Argentina Trade Net.
- *ITC.* (2023). Obtenido de Mapa de Acceso al Mercado: <https://www.macmap.org/>
- *IWSR.* (2022). Obtenido de Drink Market Analysis:
<https://www.theiwsr.com/premiumisation-and-the-rise-of-rtds-drive-shifts-in-category-share/>
- Net, A. T. (2022). *Guía de Negocios.* Paraguay.
- Net, A. T. (2023). *Ficha Económica .* Paraguay.
- Propia, E. (2023).
- La Salvaje del Litoral (2023). Resultados Económicos. (P. Ignacio, Entrevistador)
- *SofTrade.* (2023). Obtenido de <https://softrade.info/login>
- *VUCE.* (2023). Obtenido de Ventanilla Única de Comercio Exterior:
<https://ci.vuce.gob.ar/>
- *World Bank.* (2022). Obtenido de <https://www.worldbank.org/en/home>
- *WTO.* (2023). Obtenido de World Trade Organization :
https://www.wto.org/english/tratop_e/region_e/rta_participation_map_e.htm

ANEXO

Origen de Importaciones Paraguayas de Gin

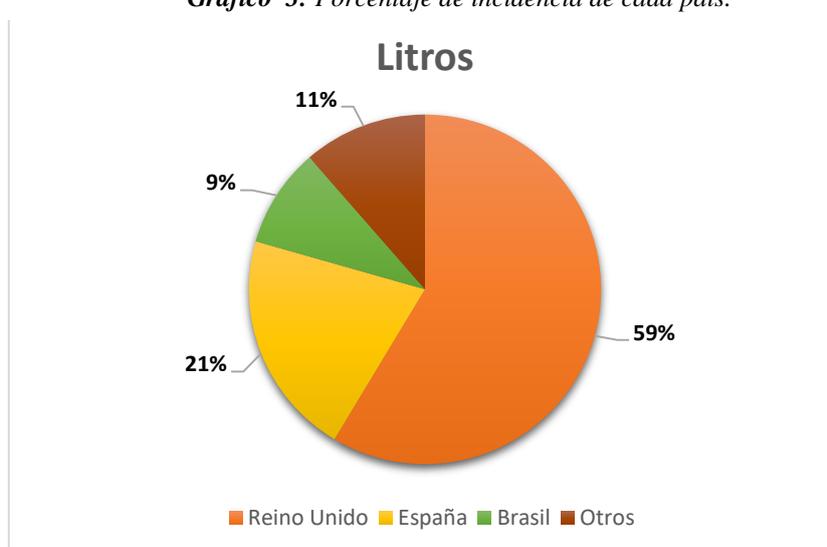
El siguiente cuadro detalla los principales países de origen del gin importado por Paraguay, con sus respectivas incidencias en el total de las importaciones y ordenados según la cantidad de Litros. (SofTrade, 2023)

Tabla 12: Origen de las Importaciones de Gin de Paraguay.

País de Origen	Litros	Valor %
Reino Unido	231.548,28	59%
España	82.381,18	21%
Brasil	36.307,00	9%
Otros	44.963,50	11%
Total	395.199,96	100%

Fuente: Softrade.

Grafico 3: Porcentaje de incidencia de cada país.



Fuente: Elaboración propia.

Empresas Importadoras de Gin en Paraguay

La tabla muestra las empresas importadoras de Paraguay con mayor incidencia, teniendo en cuenta el valor FOB de las operaciones del último año. (SofTrade, 2023).

Tabla 13: Empresas Importadoras de Gin.

Importadores de Paraguay	Suma de U\$S FOB	Valor %
AJ S.A. CALIDAD ANTE TODO	1.598.739,36	63,06%
LA CAOBA SA INDUSTRIAL Y COMERCIAL	356.907,59	14,08%
BORGARO SOCIEDAD ANONIMA	178.006,98	7,02%
Otros	401.802,88	15,85%

Fuente: Softrade.

Formación de precio por parte de la empresa

Las siguientes tablas reflejan los valores calculados para la cotización de 648 unidades a un tipo de cambio de 375 US\$.

Ilustración 14: Gastos Directos e Indirectos.

COSTOS DE EXPORTACIÓN	
	USD
Costo de la Mercadería	5.762,00
Envases y Embalajes	141,00
Flete Interno	60,00
Seguro Interno	10,00
Otros gastos directos	165,00
GASTOS INDIRECTOS	
Comisiones	1,40 %

Fuente: La Salvaje del Litoral.

Ilustración 15: Derechos de Exportación y U.N esperada.

DERECHOS	
Es orgánico	<input type="text" value="NO"/>
Derechos Generales de Exportación	<input type="text" value="4,50"/> %
Derechos Adicionales Decreto 793/18 - 865/18	<input type="text"/> %

UTILIDAD NETA (esperada)	
Utilidad Deseada % sobre el Valor FOB	
Utilidad Neta	<input type="text" value="20,00"/> %

Fuente: La Salvaje del Litoral.

Ilustración 16: Precio FOB de las 648 unidades y valor unitario.

Precio FOB Oficial	
Fecha Prevista de Embarque	<input type="text"/>
Valor Oficial (Dol/Toneladas)	<input type="text" value="0,00"/> USD
Total Valor Oficial	<input type="text" value="0,00"/> USD
VALOR FOB	<input type="text" value="7,992.83"/> USD
VALOR UNITARIO	<input type="text" value="12,33"/> USD

Fuente: La Salvaje del Litoral.