



**Universidad Abierta Interamericana  
Licenciatura en Comercio Internacional  
Facultad de Ciencias Empresariales UAI.**

**Proyecto de certificación de Empresa B de Hierbas y Esencias para la  
internacionalización de sus productos con destino al mercado de Brasil.**

**Alumna: Zeballos Renata  
Campus: Presidente Roca, Rosario  
Tutor Metodológico: Natalia Fenoglio  
Tutor de Contenido: Paulo Cesar Lanza**

## **Agradecimientos**

Quiero expresar mi agradecimiento principalmente a mis padres, quienes me brindaron la oportunidad de seguir mis intereses académicos y han estado a mi lado en todas las fases de mi vida. A mis hermanas, por su apoyo constante, les agradezco por ser incondicionales a mí en todo momento.

Además, me gustaría expresar mi agradecimiento al director Paulo Lanza, quien me ha brindado su apoyo desde el inicio del programa Primeros Exportadores. Por último, agradezco a mis compañeros de clase, a quienes ahora considero amigos, por compartir estos cuatro años juntos y hacerlos más agradables.

## Resumen

Este trabajo propone la internacionalización de la empresa Hierbas y Esencias mediante la certificación como Empresa B. Se seleccionó Brasil como el mercado objetivo, centrándose en la exportación de aceites esenciales de cítricos. El objetivo general es analizar la viabilidad de esta internacionalización, buscando objetivos específicos como el estudio del mercado brasileño, la investigación de procedimientos de exportación en el Mercosur, la obtención de la certificación Empresa B y el análisis de la competencia en el mercado brasileño con dicha certificación.

La elección de Brasil se justifica por ventajas arancelarias y oportunidades en el sector de higiene y belleza, especialmente en cosméticos naturales. La empresa aspira a destacar en este mercado competitivo mediante la certificación como Empresa B, alineándose con la creciente preferencia por productos sostenibles.

Las marcas competidoras en Brasil, enfocadas en higiene y belleza, ya están presentes en el mercado, pero Hierbas y Esencias destacaría al ofrecer productos de aromaterapia certificados como Empresa B. La certificación aportaría beneficios como un impacto social global, ampliación de colaboraciones, adaptación a normativas globales y promoción de la sostenibilidad.

## Índice:

<b>Introducción</b> .....	<b>8</b>
<b>Parte I</b> .....	<b>9</b>
<b>Formulación Del Diagnóstico</b> .....	<b>9</b>
<b>Descripción De La Empresa</b> .....	<b>9</b>
<b>Situación Actual Del Sector</b> .....	<b>9</b>
Figura 1.....	11
Productos de belleza y cuidado personal en Argentina. ....	11
<b>Planta Del Personal y De Producción</b> .....	<b>11</b>
<b>Organigrama</b> .....	<b>11</b>
Gráfico 1.....	12
Organigrama de la empresa. ....	12
<b>Análisis FODA</b> .....	<b>12</b>
Gráfico 2.....	12
Análisis FODA de la empresa. ....	12
<b>Situación Productiva y Económica De La Empresa</b> .....	<b>13</b>
Tabla 1 .....	13
Tabla de facturación de la empresa.....	13
Tabla 2 .....	14
Tabla de producción de la empresa.....	14
<b>Productos, Ventajas Competitivas y Certificaciones</b> .....	<b>14</b>
Sus Productos .....	15
Aceites Esenciales.....	15
Figura 2.....	15
Aceite esencial de cítrico.....	15
Aceites Vegetales. ....	15
Figura 3.....	16
Aceite vegetal. ....	16
Figura 4.....	17
Almohadilla relax large. ....	17
Figura 5.....	17
Almohadilla relax médium. ....	17
Figura 6.....	17
Almohadilla relax small. ....	17
Figura 7.....	17
Antifaz. ....	17
Certificaciones.....	18
<b>Ventas</b> .....	<b>18</b>
Figura 8.....	18
Puntos de venta de la empresa Hierbas y Esencias. ....	18
<b>Gestión Exterior</b> .....	<b>19</b>
Tratamiento Arancelario.....	19
Detalle De La Posición. ....	19
<i>Proyecto de certificación de Empresa B de Hierbas y Esencias para la</i>	<i>4</i>
<i>internacionalización de sus productos con destino al mercado de Brasil.</i>	

---

Derechos De Exportación y Reintegros.....	20
Aranceles Aduaneros.....	20
Tabla 3.....	20
Aranceles aduaneros de la posición arancelaria seleccionada...	20
Requisitos De Exportación - Intervenciones Comex.....	20
<b>Hierbas y Esencias y su relación con lo sostenible.....</b>	<b>21</b>
<b>¿Qué Es Una Empresa B?.....</b>	<b>22</b>
<b>Como Ser Empresa B Certificada.....</b>	<b>22</b>
Requisitos Mínimos Para Ser Empresa B.....	23
Certificación Para Empresa B.....	23
Figura 9.....	24
Criterios que se tienen en cuenta para la evaluación de Impacto	
B. ....	24
Figura 10.....	24
Ejemplo de cómo se observa la puntuación de la empresa en la	
página oficial de Sistema B.....	24
<b>Parte II.....</b>	<b>26</b>
<b>Investigación de Mercados y Selección.....</b>	<b>26</b>
<b>Principales importadores en América Latina.....</b>	<b>26</b>
Tabla 4.....	26
Principales importadores de América Latina de la posición	
arancelaria seleccionada.....	26
Gráfico 3.....	28
Importaciones de la posición arancelaria selecciona en los	
últimos 5 años a México.....	28
Gráfico 4.....	28
Importaciones de la posición arancelaria seleccionada en los	
últimos 5 años a Brasil.....	28
Gráfico 5.....	29
Importaciones de la posición arancelaria seleccionada en los	
últimos 5 años a Panamá.....	29
<b>Parte III.....</b>	<b>29</b>
<b>Estudio de Mercado: Brasil.....</b>	<b>29</b>
Datos generales.....	29
Transporte Aéreo, Marítimo y Carretero.....	30
Principales Aeropuertos.....	30
Principales Puertos.....	31
Transporte Carretero.....	31
Estructura Comercial.....	32
Derechos, Aranceles e Impuestos.....	33
Tabla 5.....	33
Derechos de exportación para la posición arancelaria	
seleccionada.....	33
Requisitos Del Ingreso a Brasil.....	34
Documentación Requerida Para Exportar a Brasil.....	35

Acuerdos Comerciales .....	35
Logística y Servicios .....	35
Mercado y Consumo Aparente Del Producto.....	35
Países Competidores .....	36
Tabla 6 .....	36
Países que exportan la posición arancelaria seleccionada a	
Brasil. ....	36
<b>Brasil y Su Relación Con Las Empresas B.....</b>	<b>36</b>
Marcas Competidoras.....	37
Bergamia.....	37
Figura 11 .....	38
Suero de vitamina C. ....	38
Figura 12.....	38
Aceite pro-aging.....	38
Figura 13.....	38
Hidratante antissianais.....	38
BeBrasil. ....	38
Figura 14.....	39
Blend stress.....	39
Figura 15.....	39
Blend muscular. ....	39
Figura 16.....	39
Blend dormir. ....	39
Feito Brasil.....	39
Figura 17.....	40
Agua perfumada cachaca de jambu.....	40
Figura 18.....	40
Agua perfumada de frutas tropicales.....	40
Herbarium. ....	40
Figura 19.....	41
Serum facial.....	41
Figura 20.....	41
Aceite de rosa. ....	41
Figura 21.....	41
Bálsamo labial. ....	41
Khor cosmetics. ....	41
Figura 22.....	42
Crema hidratante facial.....	42
Figura 23.....	42
Espuma de limpieza facial.....	42
Figura 24.....	42
Crema dental natural.....	42
Khor cosmetics obtuvo una puntuación de 88,4:.....	42
Korui. ....	42
Figura 25.....	43
Desodorante natural.....	43
Figura 26.....	43
Shampoo en barra.....	43
Figura 27.....	43

Acondicionador en barra.....	43
La marca tiene una puntuación de 98,1: .....	43
Natura.....	43
Figura 29.....	43
Serum de vitamina c.....	43
Figura 30.....	43
Crema de manos de acai.....	43
Figura 31.....	43
Espuma facial limpiadora.....	43
<b>Plan De Acción Para Convertirse En Empresa B y Exportar Al</b>	
<b>Mercado Brasileño.....</b>	<b>44</b>
<i>Conclusiones Finales.....</i>	<i>46</i>
<i>Referencias.....</i>	<i>49</i>

## Introducción

En el presente trabajo se realiza una propuesta de la internacionalización de la empresa Hierbas y Esencias certificándose como una Empresa B.

Para realizar el mismo, se analizaron tres mercados potenciales para internacionalizar el producto seleccionado, del cual el elegido resulto ser Brasil, siendo el producto elegido para realizar la misma los aceites esenciales de cítricos.

El objetivo general de este trabajo es analizar la viabilidad de exportar aceites esenciales de cítricos, convirtiendo a la empresa Hierbas y Esencias como Empresa B certificada, y de esta manera introducirla al mercado brasilero. Para esto, se buscarán alcanzar objetivos específicos dentro del mismo tales como:

- 1) Estudiar el mercado objetivo y sus diferentes panoramas generales;
- 2) Investigar cómo obtener una certificación de Empresa B;
- 3) Analizar la competencia dentro del mercado objetivo con certificación de Empresa B.
- 4) Realizar un plan de acción para que con este la empresa Hierbas y Esencias puede convertirse en una Empresa B y a su vez exportar sus productos al mercado brasileño.

Esta investigación es producto del Proyecto Primeros Exportadores, en el cual se realizó una ardua investigación sobre la empresa y sus posibles mercados objetivos, y gracias a esta se logró seleccionar el mercado brasilero. Para realizarlo, además, se sumó la iniciativa de internacionalizar a la empresa compitiendo como Empresa B, esto se debe a que hoy en día, muchas empresas comprendieron la importancia de que sus productos sean amigables con el medio ambiente, y otorgarles ese compromiso a sus consumidores.

## **Parte I**

### **Formulación Del Diagnóstico**

#### **Descripción De La Empresa**

Hierbas y Esencias nació como un emprendimiento entre Alejandra Colombo y su marido Santiago Coletto. Luego, con el paso de los años y el crecimiento de la misma, se incorporaron sus dos hijos y hoy en día es una pyme familiar.

La marca se dedica al procesamiento de hierbas aromáticas. Deshidratan y destilan aceites esenciales de diferentes variedades que se producen en la región, distribuyendo sus productos a lo largo del todo el país, promoviendo la vida saludable y consciente mediante sus productos sustentables.

Diseñan y elaboran productos para el bienestar a base de la materia prima obtenida y otras provenientes de cultivos agro-ecológicos, respetando la armonía del entorno y el consumo ético y responsable.

Son productos elaborados sin gluten, sin testeos animales, sin aditivos artificiales, sin derivados del petróleo y sin derivados de origen animal, garantizan su calidad y el deseo de querer hacer un bien a nuestro planeta y a todo aquel que utilice los productos.

#### **Situación Actual Del Sector**

Hierbas y Esencias se encuentra ubicada en el sector de la cosmética natural el cual está experimentando un crecimiento significativo y continuo hace ya varios años. Una de las grandes razones que justifican el aumento en la demanda de este tipo de productos es la creciente concienciación y preocupación de los consumidores por el impacto medioambiental generado por la industria. De hecho, actualmente un 77% de los consumidores afirma tener en cuenta el origen de los ingredientes en los cosméticos.

El cambio de paradigma donde los consumidores ponen el foco en la sostenibilidad presenta un nuevo escenario donde la fabricación de productos

respetuosos con el medio ambiente es una prioridad. Esta tendencia no es una cuestión únicamente inherente a la elaboración de cosméticos, sino que pasa también por cuestiones como acompañar el producto con un packaging sostenible o minimizar las emisiones provocadas en los procesos logísticos.

La industria de la cosmética natural ha experimentado avances significativos en la investigación y desarrollo de productos. Esto ha llevado a la creación de productos naturales más efectivos y avanzados en áreas como el cuidado de la piel, el cabello y el maquillaje.

Hoy en día, los consumidores se encuentran en una constante búsqueda de productos que contengan ingredientes naturales y orgánicos en lugar de productos químicos sintéticos. Ingredientes como aceites esenciales, extractos de plantas y aceites vegetales se han vuelto populares en la formulación de productos naturales. Los usuarios de la marca son personas que buscan cosmética natural y que les interesa la alimentación, vida saludable y las terapias holísticas. Es importante aclarar, que los clientes de hoy en día, además de buscar productos naturales y que sean beneficiosos para su piel y el ecosistema, también buscan productos que tengan una buena relación calidad-precio.

La sostenibilidad y la responsabilidad ambiental son temas importantes en la industria de la cosmética natural. Las empresas están adoptando prácticas eco amigables, como el uso de envases reciclables y la reducción de residuos.

Podemos decir, que a corto plazo, a medida que los consumidores se interesen más en el mercado de belleza libre de crueldad (sin pruebas en animales), vegetariano (sin subproductos de la matanza de animales) y vegano (sin ingredientes animales) se espera que acelere las ventas del segmento de productos de cuidado personal orgánicos y naturales en el país.

En resumen, se espera que el tamaño del mercado de belleza y cuidado personal de Argentina crezca de USD 2.69 mil millones en 2023 a USD 3.10 mil millones para 2028, a una tasa compuesta anual de 2,88% durante el periodo de pronóstico (2023-2028).

*Figura 1*  
*Productos de belleza y cuidado personal en Argentina.*



Fuente: Mordor Intelligence.

Como se puede apreciar en la foto, los principales líderes del mercado de productos de belleza y cuidado personal en Argentina son: Beiersdorf AG; L'Oreal S.A; Shiseido Co., Ltd.; The Procter and Gamble Company; Unilever PLC.

### **Planta Del Personal y De Producción**

La planta de producción se encuentra ubicada en Pasaje guri al 910, está dirigida por Santiago (dueño y fundador) quien es ingeniero químico y director técnico del espacio. En la planta se encuentra una persona más en el proceso de producción. Cuentan con máquinas que fraccionan muchas unidades, por lo tanto, no se necesita mucha mano de obra sino más maquinarias e insumos para poder producir determinada cantidad de productos. La superficie de la planta es de 70m2. Por otro lado, la oficina se encuentra en Juan José Paso al 8540 donde hay 3 personas que forman parte de la misma, Alejandra, quien es la CEO de la marca, una encargada de marketing y comunicación, y un encargado del sector de ventas.

### **Organigrama**

*Proyecto de certificación de Empresa B de Hierbas y Esencias para la internacionalización de sus productos con destino al mercado de Brasil.*

*Gráfico 1*  
*Organigrama de la empresa.*



Fuente: elaboración propia.

### **Análisis FODA**

*Gráfico 2*  
*Análisis FODA de la empresa.*

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<p>Variedad de aceites, la empresa cuenta con más de 50 tipos de aceites ya sean vegetales y esenciales.</p> <p>Marca conocida a lo largo del país.</p> <p>Cuenta con certificaciones.</p> <p>Posee un sistema de gestión que está en línea y las funciones con las que cuenta son de administración, contabilidad y ventas.</p> <p>Dispone de folletería digital y en papel, donde describen cada propiedad con las que cuentan los aceites que producen.</p>	<p>Su próximo objetivo es lograr el grado alimentario y ser la primera marca en Argentina en ofrecerlo.</p> <p>Gran demanda en el extranjero lo cual sería una oportunidad grande para expandirse a través de la frontera.</p>

<b>Debilidades</b>	<b>Amenaza</b>
<p>Poco personal y estructura pequeña, al ser una pyme familiar la empresa no cuenta con tanta mano de obra ya que no es necesario pero, cuando quiera expandirse esto puede ser un punto que le juegue en contra.</p> <p>Su objetivo de “grado alimentario” puede convertirse en una debilidad ya que sería la primera empresa en hacerlo.</p> <p>Poca capacidad de producción y poca maquinaria.</p>	<p>Multinacionales como “Just” que ya son competencia grande en el mercado y pueden adelantarse en el camino del grado alimentario.</p>

Fuente: elaboración propia.

### **Situación Productiva y Económica De La Empresa**

Con respecto a la situación económica actual de Hierbas y Esencias vemos un progreso en la misma. Desde su comienzo en el año 2020, el volumen de facturación ha ido aumentando. Para el año 2021 se registró una facturación de más de \$6.000.000 por las ventas efectuadas en el mercado interno, doblando su facturación del año de inicio, el cual fue de \$3.000.000. Para fines del año 2022, la facturación de Hierbas y Esencias superó los \$10.000.000.

Estas ganancias se relacionan de manera inevitable con su volumen de producción, el cual desde el año de inicio hasta fines del año 2022 tuvo un incremento de casi el 20% en cuanto a sus aceites esenciales y vegetales.

*Tabla 1*

*Tabla de facturación de la empresa.*

<b>Facturación anual (sin IVA)</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Mercado interno	3.357.500	6.295.245	10.149.840
Exportación	0	0	0

Fuente: elaboración propia.

*Tabla 2*  
*Tabla de producción de la empresa.*

<b>Producto</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Aceites esenciales	8.900	11.100	10.500
Aceites vegetales	5.950	7.400	7.000
<b>Capacidad utilizada estimada</b>	40%	50%	50%

Fuente: elaboración propia.

Hierbas y Esencias realizó inversiones de logística y construcción, en equipos de producción y capacitación, pero para estas inversiones no utilizó programas para financiarlas, sino créditos, lo cual es un punto muy favorable en materia económica.

### **Productos, Ventajas Competitivas y Certificaciones**

Hierbas y Esencias ofrece más de 50 productos, destacándose principalmente por sus aceites esenciales y vegetales.

Sus productos son naturales, los cuales colaboran en el cuidado de la salud de forma natural y sustentable. La filosofía de Hierbas y Esencias se basa en productos naturales, frescos y artesanales, sin ingredientes animales ni testeados en ellos, honestos con sus consumidores y con la naturaleza.

Su ventaja competitiva más fuerte es que tiene una gran variedad de esencias y el poder crecer rápidamente en cuanto a la producción gracias a las maquinarias con las que cuentan.

Teniendo en cuenta que hoy en día predomina la importancia de los productos naturales, Hierbas y Esencias comprende este concepto y lo aplica a todos sus productos y su forma de trabajar, por lo tanto, este punto se vuelve otra ventaja competitiva para la empresa, ya que colaboran en el cuidado de la salud de forma natural y sustentable, adoptando así una filosofía de vida saludable.

### ***Sus Productos***

Hierbas y Esencias cuenta con más de 50 productos, los cuales son aceites esenciales y vegetales y almohadillas de relax.

### **Aceites Esenciales.**

Podemos encontrar 36 variedades, entre ellas limón; albahaca; cedro; canela; menta. Estos aceites vienen presentados en un envase de vidrio con un contenido neto de 10cc.

*Figura 2*

*Aceite esencial de cítrico.*



Fuente: Hierbas y Esencias.

Con respecto al uso del producto, cada esencia tiene su propia acción terapéutica como sería en el caso del aceite de naranja es un antiséptico aéreo, purificador del aire, antiviral, ansiolítico, tónico digestivo, diurético y sedante. También ayuda con el insomnio, la ansiedad y la depresión, la agitación y la inquietud.

### **Aceites Vegetales.**

Están presentados en envase de vidrio, en forma de gotero, con un contenido de 15cc. La marca cuenta con 17 variedades, de las cuales destacamos el aceite de argán; de almendras; de jojoba; entre otros.

*Figura 3*  
*Aceite vegetal.*



Fuente: Hierbas y Esencias.

En el caso de los usos de los aceites vegetales, puede utilizarse para usos en cosmética natural, masajes e inclusive en cocina.

Como último producto, Hierbas y Esencias ofrece las almohadillas y antifaces de relax, teniendo 4 tipos, las cuales están elaboradas artesanalmente en tela 100% algodón y rellenas con semillas agroecológicas y alto-oleico, hierbas, flores, aceites esenciales.

Las almohadillas pueden utilizarse caliente: para contracturas musculares; dolores articulares y menstruales; desgarros; cólicos abdominales y congestión en el pecho, y también pueden utilizarse fría, para fiebre; jaquecas; stress; dolor de muelas; picaduras de insectos; varices; entre otros.

*Figura 4*  
*Almohadilla relax large.*



Fuente: Hierbas y Esencias.

*Figura 5*  
*Almohadilla relax médium.*



Fuente: Hierbas y Esencias.

*Figura 6*  
*Almohadilla relax small.*



Fuente: Hierbas y Esencias.

*Figura 7*  
*Antifaz.*



Fuente: Hierbas y Esencias.

## *Certificaciones*

Hierbas y esencias cuenta con todos sus productos certificados y registrados en ANMAT (Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología médica).

## **Ventas**

Hoy en día, Hierbas y Esencias está abocado principalmente a fortalecer su mercado interno, siendo sus destinatarios mayoristas y distribuidores, que son el eslabón de la cadena para llegar a los usuarios/consumidores finales. Podemos encontrar sus productos en dietéticas y farmacias.

Actualmente la empresa se encuentra en más de 100 puntos de ventas, llegando así a todos los rincones del país.

Hierbas y Esencias se encuentra continuamente innovando sus productos, intentando brindarles la mayor confianza a sus clientes dándoles productos de calidad y naturales.

*Figura 8*

*Puntos de venta de la empresa Hierbas y Esencias.*



Fuente: Hierbas y Esencias.

Algunos lugares dentro de Rosario donde podemos encontrar a Hierbas y Esencias son:

Centro Dietetico del Sur - Av San Martín 3826

Ganesha Dietética - Bv Avellaneda 2486

Los Nogales Diet - Castellanos 1207

Farmacia Salta - Urquiza 3299

### **Gestión Exterior**

Con respecto a la gestión de comercio exterior, Hierbas y Esencias no cuenta con un departamento específico de comercio exterior, lo cual es algo a tener en cuenta para poder enfatizar el tema de internacionalizarse.

Por otro lado, para poder exportar la empresa necesitaría aumentar su volumen de producción para que sea rentable para ambas partes. Sin embargo, algo que los detiene en este punto es el etiquetado, ya que se realiza de forma manual y genera tiempos productivos que agregan valor en la espera de etiquetar cada envase. Si contaran con una máquina que lo realice podrían avanzar mucho más rápido en la producción. Es algo que están intentando solucionar a no muy largo plazo.

El producto seleccionado para realizar la internacionalización es aceite esencial de cítricos.

### ***Tratamiento Arancelario***

*Aceites esenciales cítricos 3301.10.00*

### **Detalle De La Posición.**

Sección VI: productos de las industrias químicas o de las industrias conexas.

33 aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética.

33.01 aceites esenciales (desterpenados o no), incluidos los “concretos” o “absolutos”; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceración; subproductos terpénicos residuales de la desterpenación de los aceites esenciales; destilados acuoso-aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales.

3301.1 aceites esenciales de agrios (cítricos).

*Proyecto de certificación de Empresa B de Hierbas y Esencias para la internacionalización de sus productos con destino al mercado de Brasil.*

3301.19 los demás.  
3301.19.90 los demás.  
3301.19.90.90Y los demás.

### **Derechos De Exportación y Reintegros.**

- Derecho de exportación: 0%
- Arancel Externo Común: 14%
- Reintegro Extrazona: 1%
- Reintegro Intrazona: 1%

### **Aranceles Aduaneros.**

*Tabla 3*  
*Aranceles aduaneros de la posición arancelaria seleccionada.*

<b>País</b>	<b>Régimen arancelario</b>	<b>Tarifa aplicada</b>	<b>Ad Valorem</b>
Brasil	NMF	14%	14%
Chile	NMF	6%	6%
México	NMF	0%	0%
Suiza	NMF	3 frascos por 100 kg brutos	0,13%
Panamá	NMF	0%	0%

Fuente: MacMap.

### **Requisitos De Exportación - Intervenciones Comex.**

Los requerimientos a realizar antes de exportar son los siguientes:

- Registro de exportador
- Certificado Mi Pyme, lo cual permite efectuar exportaciones de hasta U\$S 500.000 con un Derecho de Exportación de 0.00% y por los siguientes U\$S 500.000 con el 50% de Derecho de Exportación.

- Solicitud de licencia marca país, herramienta que tiene por objetivo impulsar las exportaciones.

Al momento de exportar, se requerirá:

- Proforma comercial
- Factura comercial E
- Packing list
- Permiso de exportación
- Certificado de origen
- Y otros que requiera el importador

### **Hierbas y Esencias y su relación con lo sostenible**

Hierbas y Esencias se dedica a crear productos que resaltan de la naturaleza mientras demuestran un compromiso genuino con la preservación del medio ambiente. Se esfuerzan por minimizar su impacto ambiental en toda su producción. Además, son defensores del no testeado en animales y están comprometidos con prácticas éticas en todas sus operaciones.

Al estar tan comprometidos con la naturaleza, la sustentabilidad, estoy totalmente convencida de que Hierbas y Esencias debe de certificarse como Empresa B. Al certificarse podría competir con muchas ventajas comerciales, como la diferenciación en el mercado ya que la certificación B Corp (Empresa B) distingue a la empresa como una entidad comprometida con altos estándares de desempeño social y ambiental. Esto puede diferenciarla de la competencia y atraer consumidores conscientes que buscan apoyar empresas socialmente responsables. Asimismo, la certificación B contribuye a construir una reputación positiva, como también la posibilidad de que algunos inversores se sientan atraídos en centrar sus fondos en empresas que tengan un propósito social y ambiental claro.

Obtener la certificación de Empresa B puede brindar muchas oportunidades a la empresa, como las que he mencionado anteriormente, sin embargo, también implica ciertos requisitos y responsabilidades continuas para mantener y mejorar los estándares.

## **¿Qué Es Una Empresa B?**

Como he mencionado en la introducción a este trabajo, el objetivo general del mismo es introducir a Hierbas y Esencias al mercado brasileño como posible competidor B. Para esto, contare brevemente que es ser una Empresa B, el organismo de creación del mismo y como obtener la certificación.

B Lab Global es un líder en el cambio de sistemas económicos, el cual creo estándares, políticas y herramientas para los negocios y programas que cambian el comportamiento, la cultura y los fundamentos estructurales del capitalismo. Su comunidad global incluye más de 6.300 B Corps en más de 85 países y 160 industrias.

Las empresas con fines de lucro desempeñan un papel fundamental en la configuración de nuestro futuro. B Corps son empresas con fines de lucro que cumplen con altos estándares de rendimiento social y ambiental, transparencia y rendición de cuentas. Utiliza el poder de los negocios para hacer más que buscar ganancias. Utilizan sus ganancias y crecimiento para tener un impacto positivo en sus partes interesadas y en el planeta.

Para Argentina y el resto de América Latina nació “Sistema B”, donde sus creadores se alinearon con B Lab para expandir el Movimiento B con una visión sistemática. La propuesta de esta organización apunta a una economía que pueda crear valor integral para el mundo y la Tierra, promoviendo formas de organización económica que puedan ser medidas desde el bienestar de las personas, las sociedades y la Tierra, de forma simultánea y con consideraciones de corto y largo plazo.

## **Como Ser Empresa B Certificada**

Las empresas que se certifican como Empresa B asumen un compromiso de mejora continua y ponen su propósito empresarial socioambiental en el centro de su modelo de negocio. Estas empresas miden y analizan las cinco áreas más relevantes de las mismas: gobierno, trabajadores, clientes, comunidad y medio ambiente,

permitiendo una revisión detallada de todas ellas, con el fin de ayudar a identificar todos los posibles puntos de mejora y oportunidades para ser un agente de cambio en la economía, protegiendo la misión y potenciando el triple impacto.

La certificación de Empresa B es entregada por B Lab, para la cual se someten a una evaluación integral de sus sustentabilidad con instancias de certificación y recertificación y realizan enmiendas a sus herramientas de gobernanza legales.

### ***Requisitos Mínimos Para Ser Empresa B***

→ *Llevar más de 12 meses de operaciones*

Las empresas que lleven menos de ese tiempo operando deberán acceder al sello B Pendiente.

→ *Operar en un mercado competitivo*

La empresa debe estar expuesta a los riesgos normales de ser empresa, con sus competidores, con impuestos y cambios en el mercado.

→ *Requerimiento legal de Empresa B*

La empresa debe poder, y estar dispuesta, a cumplir el requerimiento legal de Empresa B y a realizarlo efectivamente cuando corresponda según su proceso de certificación.

→ *Entidad con fines de lucro*

La filosofía de las Empresas B es probar que las empresas pueden hacerse cargo de resolver problemáticas socioambientales a través de su negocio.

→ *Negocio completo y distinto*

La certificación de Empresa B es para negocios completos, incluyendo todas las áreas de gestión de dicha empresa.

### ***Certificación Para Empresa B***

1. *Completar la Evaluación de Impacto B.* Es una herramienta gratuita, donde la información entregada es confidencial y está diseñada para ayudar a medir y

gestionar el impacto positivo de la empresa en relación con sus trabajadores, la comunidad, los consumidores y el medio ambiente.

*Figura 9*

*Criteria que se tienen en cuenta para la evaluación de Impacto B.*



Fuente: Sistema B

2. *Cuestionario de Divulgación e Industrias Controversiales.* La empresa debe declarar la relación de esta con industrias o prácticas controversiales o negativas.
3. *Envío de evaluación de Impacto B a revisión.* Una vez completada la Evaluación de Impacto B, la empresa deberá obtener un puntaje de al menos ochenta (80) puntos para poder enviar su evaluación a revisión y así dar inicio formalmente al proceso de certificación.

Los resultados de la evaluación se verán de la siguiente manera:

*Figura 10*

*Ejemplo de cómo se observa la puntuación de la empresa en la página oficial de Sistema B.*

Nota  
general de  
la BIA

98.1



GOBERNANZA

14.1



COMUNIDAD

42.1



TRABAJADORES

17.8



MEDIO AMBIENTE

21.6



CLIENTES

2.5

Fuente: Sistema B

4. *Fee de aplicación.* Las empresas que inicien el proceso de certificación y recertificación deberán realizar el pago del Fee de Aplicación, el cual corresponderá a un monto fijo basado en la facturación anual de la empresa. El mismo no será reembolsable y no se deducirá del Fee del Certificación.
5. *Evaluación y verificación.* En esta etapa se revisará en detalle elementos claves de la Evaluación de Impacto B completada: sector, industria, tamaño y áreas con mayor puntaje. Si el puntaje se mantiene por sobre 80 puntos, la empresa podrá avanzar al proceso de verificación. Para dar inicio a la etapa de verificación, se requiere documentos y evidencia para probar las prácticas, políticas y procesos reportados. Si luego de la misma, la empresa aún permanece con 80 punto, será elegible para ser Empresa B Certificada, pagando el fee anual y firmando el Acuerdo de Empresa B.
6. *Fee Anual de Certificación.* La cuota de la Certificación de Empresa B es anual y varía según la facturación del último año fiscal de la empresa. Funciona como membresía y debe ser abonada todos los años, en el mismo mes de la certificación anual.
7. *Modifique sus estatutos.* Para ser Empresa B, una empresa debe comprometerse a cumplir con el requerimiento legal establecido en el país que se encuentra incorporada legalmente. Esto puede ser realizar un cambio de estatutos o adoptar una figura legal como una Sociedad de Beneficio de Interés Colectivo.

## Parte II

### Investigación de Mercados y Selección

La exportación de aceites esenciales es un sector en constante crecimiento y evolución en la industria global. En este contexto, he realizado una exhaustiva investigación de mercado que se basa en la recopilación y análisis de información detallada proporcionada por diversas organizaciones ampliamente reconocidas a nivel mundial.

#### Principales importadores en América Latina

Como se puede observar en el cuadro, a nivel Latinoamérica existen grandes oportunidades comerciales en varios mercados, como puede ser México, Brasil, Panamá, cuyos volúmenes de importación del producto seleccionado se han mantenido sin grandes oscilaciones en el último lustro.

Podemos ver como en el mercado de México, las importaciones del año 2022 fueron inferiores al año anterior, pasando de USD 17.024 a USD 14.556, o en el caso de Panamá que se registró una caída del 150% en el valor de sus importaciones.

En el caso de Brasil, el período arrancó con un buen valor de importaciones y en el año 2019 tuvo una caída del 29%, los años posteriores fue elevando el valor y obtuvo en el año 2022 un valor de USD 6.445, siendo este superior al del año 2018.

*Tabla 4*  
*Principales importadores de América Latina de la posición arancelaria seleccionada.*

IMPORTADORES	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
Mundo	26300	26787	30442	34252	28369

México	10795	12992	17653	17024	14556
Brasil	6259	4658	5801	5935	6445
Argentina	5051	3649	3854	4314	4543
Colombia	782	726	694	912	873
Chile	461	811	367	940	735
Panamá	2498	3530	1609	4592	680
Guatemala	138	132	171	185	246
Perú	201	191	173	209	224
Uruguay	25	24	14	23	41
Venezuela	45	41	70	86	18
El Salvador	21	13	9	31	6
Honduras	24	20	27	1	2

Fuente: Trade Map.

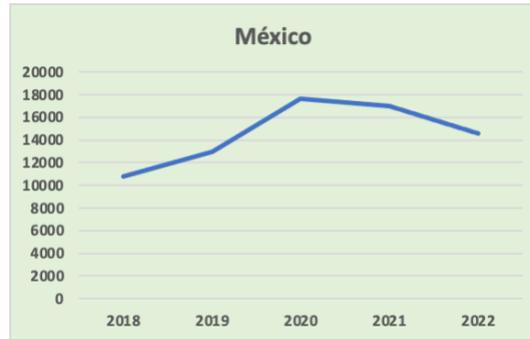
Como puede observarse en el cuadro anterior, el mercado que más importa el producto es México, el cual acapara el 50% de estas. En sus últimos tres años acumuló USD 49233 con sus importaciones de aceites esenciales.

En principio, podemos presenciar que es un buen destino, sin embargo no es un mercado explorado por exportadores argentinos de este producto determinado.

De igual forma, y representa una excelente oportunidad para explorar a fondo y buscar posibles clientes.

*Gráfico 3*

*Importaciones de la posición arancelaria selecciona en los últimos 5 años a México.*

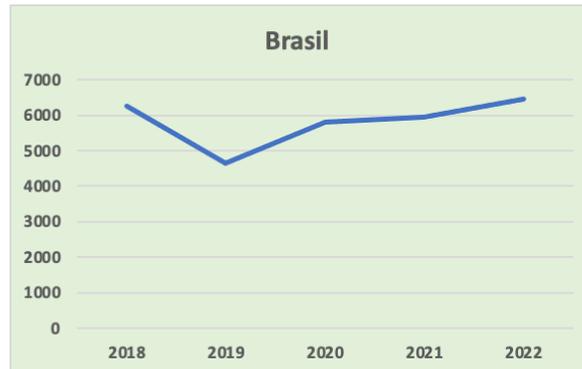


Fuente: elaboración propia.

Por su parte, Brasil tiene el segundo lugar de importador de aceites esenciales, comprendiendo el 20% de las importaciones. El total de este mercado es de USD 29098. Como he destacado previamente, lo que resulta atractivo en este mercado es su notable crecimiento desde 2018, lo que lo convierte en un mercado con perspectivas prometedoras a largo plazo.

*Gráfico 4*

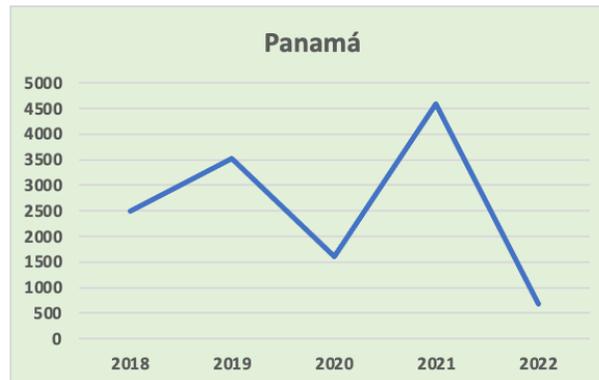
*Importaciones de la posición arancelaria seleccionada en los últimos 5 años a Brasil.*



Fuente: elaboración propia.

Panamá actualmente cuenta con un 9% de las importaciones de nuestro producto, lo cual, al compararlo con las cifras de México y Brasil, podría parecer moderado a primera vista.

*Gráfico 5*  
*Importaciones de la posición arancelaria seleccionada en los últimos 5 años a Panamá.*



Fuente: elaboración propia.

Si bien los tres mercados son potenciales para realizar la internacionalización, a mi parecer el mejor es Brasil, por varias razones. La primera, como mencione anteriormente, es el segundo país importador del producto seleccionado, lo cual aporta una gran seguridad para internacionalizarse. La segunda razón, es por la distancia geográfica que existe entre Argentina y Brasil. Este motivo es muy importante, ya que al ser países limítrofes brindaría muchas ventajas, como por ejemplo el hecho de poder realizar el transporte por medio carretero y de esta manera abaratar el costo del mismo. La última razón por la cual elegí este mercado es porque compartimos el Acuerdo del Mercosur. Este Acuerdo comercial nos proporciona diversas preferencias arancelarias en cuanto a la importación de productos, por lo tanto es un punto a favor.

### **Parte III**

#### **Estudio de Mercado: Brasil**

##### ***Datos generales***

Brasil está ubicado en el este de América del Sur, con una superficie total de 8.511.965 km, en la que el agua abarca 157.630 km de esta. Su población de 218.689.757 de habitantes está conformada por varios grupos étnicos (blancos, mestizos, negros, asiáticos, indígenas). Es el país más grande y poblado de América

*Proyecto de certificación de Empresa B de Hierbas y Esencias para la internacionalización de sus productos con destino al mercado de Brasil.*

del Sur y el quinto a nivel global. La República Federativa del Brasil está compuesta por 26 estados, un Distrito Federal y más de 5 000 municipalidades. Brasil se convirtió en nación independiente en 1822, después de tres siglos de colonización de Portugal, que le ha suministrado el idioma nacional, el portugués, y características culturales. El régimen de gobierno en Brasil es democrático, con elecciones para los principales cargos del poder ejecutivo (Presidente, gobernadores y prefectos) y del legislativo (Senado y Cámara de Diputados Federales, asambleas estatales y cámaras municipales).

El idioma es portugués (idioma oficial y más hablado) es uno de los idiomas menos comunes que incluye el español (áreas fronterizas y escuelas), alemán, italiano, japonés, inglés y una gran cantidad de idiomas amerindios menores.

La moneda oficial de Brasil es el Real. Su símbolo es el R\$ y su fracción son los 100 centavos.

1 USD= 4,90 BRL

1 BRL= 0,20 USD

1 BRL= 72,60 ARS

1 ARS= 0,01 BRL

### ***Transporte Aéreo, Marítimo y Carretero***

#### **Principales Aeropuertos.**

La red aeroportuaria, que apenas concentra el 5,8 % del transporte de cargas a nivel nacional, está regulada por la Agencia Nacional de Aviación Civil (ANAC), órgano dependiente del Ministerio de Puertos y Aeropuertos. Desde el año 2011, el Gobierno brasileño ha impulsado concesiones para la gestión de la red aeroportuaria, realizando 8 rondas de licitaciones hasta alcanzarse el 91,6 % de gestión privada en los aeropuertos del país.

Actualmente, Brasil es el segundo país del mundo con mayor número de aeropuertos, por detrás de Estados Unidos. El registro de ANAC indica que existe un total de 3.293 aeródromos en el territorio del país, siendo 2.790 de propiedad privada y los 503 restantes de propiedad pública.

*Proyecto de certificación de Empresa B de Hierbas y Esencias para la internacionalización de sus productos con destino al mercado de Brasil.*

Dentro de los aeropuertos más importantes, destacamos tres:

- Aeropuerto Internacional de São Paulo Guarulhos
- Aeropuerto Internacional de São Paulo Congonhas
- Aeropuerto internacional de Brasilia

### **Principales Puertos.**

Según los últimos datos publicados por el Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDE), la red portuaria brasileña representa en torno al 9,5 % de la matriz de transporte nacional. La navegación alberga tanto el transporte marítimo (de largo recorrido, cuando requiere paradas en puertos de diferentes países, o de cabotaje, con paradas dentro del mismo país), como el transporte fluvial.

La red portuaria brasileña está compuesta por 35 puertos públicos distribuidos entre marítimos y fluviales. Dentro de esta categoría, se encuentran 15 puertos con administración ejercida por el Gobierno Federal a través de las Companhias Docas, 18 puertos concedidos a gobiernos estaduais o municipales y 2 puertos, el de Vitória y Barra do Riacho, administrados por la empresa pública CODESA, que está en proceso de privatización.

En cuanto a la iniciativa privada, existen aproximadamente 380 terminales portuarios: 210 terminales de uso privado (TUP), ubicados en puertos privados; y 170 terminales arrendados en puertos organizados (puertos públicos).

Los principales puertos de Brasil son:

- Puerto de Santos
- Puerto Rio Grande
- Puerto Paranagua
- Puerto de Itaquí

### **Transporte Carretero.**

Según los últimos datos publicados por el PNL 2035, las carreteras constituyen el principal medio de transporte de cargas y pasajeros en Brasil, representando en torno al 67 % de la matriz de transporte del país.

*Proyecto de certificación de Empresa B de Hierbas y Esencias para la internacionalización de sus productos con destino al mercado de Brasil.*

La red de carreteras brasileña está formada por 1.563.000 kilómetros, de los que tan sólo el 12,4 %, en torno a 213.500 km, corresponden a carreteras pavimentadas, frente a los 1.350.100 km restantes (78,5 %) que permanecen sin pavimentar, según los datos de la Confederación Nacional del Transporte (CNT). La red de carreteras se caracteriza por una distribución desigual, donde las regiones Nordeste y Sudeste concentran la mayor extensión de vías pavimentadas (30,9 % y 18,2 %, respectivamente).

#### Pasos fronterizos

- Desde Misiones:

Paso de la Barca - Porto Xavier

Puerto San Isidro - San Isidro

Puerto Santa María - Colonia Florida

Carretero desde Comandante Andresito - Capanema

Carretero desde Bernardo de Irigoyen - Dionisio Cerqueira

Carretero desde Iguazú - Foz de Iguazú

- Desde Corrientes:

Puerto Alvear - Puerto Itaqui.

Puerto Garruchos – Garruchos

Puerto Iguazú - Puerto Meira

Puerto La Cruz – Itaqui

Panambí - Vera Cruz

Puerto Yapeyu - Puerto San Marcos

Carretero desde Paso de los Libres – Uruguayana

#### ***Estructura Comercial***

Brasil, ha establecido lazos de unión con el resto de los países latinoamericanos, participando en foros como Mercosur, la Cumbre Iberoamericana, la Organización del Tratado de Cooperación Amazónica y la Organización de los Estados Americanos con el fin de impulsar el desarrollo comercial de Latinoamérica y dejar claro su liderazgo. También *Proyecto de certificación de Empresa B de Hierbas y Esencias para la internacionalización de sus productos con destino al mercado de Brasil.*

ha tenido una participación más activa en el G20 y es uno de los miembros fundadores de los BRICS, mecanismo de cooperación entre economías con gran potencial de países en vías de desarrollo y que fue creado en el año 2006.

Desde el año 2007 Brasil es socio estratégico de la Unión Europea mediante la firma del Acuerdo de Asociación Estratégica UE - Brasil. En 2019 se cierra un acuerdo histórico entre los países integrantes de Mercosur (Brasil incluido) y la Unión Europea consiguiendo la incorporación de un mercado de 800 millones de habitantes y con 100.000 millones de dólares de comercio bilateral de bienes y servicios.

### ***Derechos, Aranceles e Impuestos***

Para clasificar la mercancía a introducir, nos basaremos en la Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM) la cual está basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. Está conformada por un código numérico de diez dígitos (los primeros ocho dígitos comunes al MERCOSUR y los restantes son internos a cada país) y su objetivo es la codificación de las mercaderías comunes a los países miembros del MERCOSUR.

En el caso específico de los aceites esenciales, cuya posición arancelaria es 3301.19.90.90Y, nos encontramos con los siguientes derechos de exportación para Brasil (para productos de origen argentino) en base a MACMAP de INTRACEN:

*Tabla 5  
Derechos de exportación para la posición arancelaria seleccionada*

<b>Socio</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Régimen arancelario</b>	<b>Tarifa aplicada</b>
Argentina	Aceites esenciales (sin terpenos o no), incluidos	Deberes de NMF (aplicados)	14%

Argentina	los hormigones y los absolutos; resinoides; oleorresinas extraídas;	Tarifa preferencial (AAP.CE14A) para Argentina	0%
Argentina	concentrados de aceites esenciales en grasas, en aceites fijos, en ceras o similares, obtenidos por	Arancel preferencial para los países del MERCOSUR	0%
Argentina	enfleurage o maceración; subproductos terpenos de la deterpenación de aceites esenciales; destilados acuosos y soluciones acuosas de aceites esenciales: Aceites esenciales de cítricos: Otros	Preferencia arancelaria regional (Aladi: AR.PAR4) para Argentina	11,20%

Fuente: MacMap.

### ***Requisitos Del Ingreso a Brasil***

- Requisito de autorización para razones de SPS para importar ciertos productos
- Criterios microbiológicos de producto final
- Requisito de registro/aprobación del producto
- Requisito de prueba
- Requisito de inspección
- Requisito de etiquetado
- Requisito de marcado
- Requisito de embalaje
- Requisito de producción
- Requisito de calidad, seguridad o rendimiento del producto
- Requisito de certificación
- Medidas TBT

### ***Documentación Requerida Para Exportar a Brasil***

- Factura Original
- Packing List
- Certificado de Origen (CC)
- Otros documentos: Documentos de transporte

La factura deberá contener:

- Nombre completo y la dirección del fabricante
- Carta de crédito
- Marca comercial de productos
- Precio unitario y el precio total por artículo, el precio total general de los bienes
- Lista de precios (para ser incluido como documento separado)
- Todos los gastos y descuentos detallados
- Los primeros seis dígitos del sistema arancelario armonizado (HS Code) número de clasificación de número / anexo b
- Marcas completas y números

### ***Acuerdos Comerciales***

- Miembro de la OMC
- Estado miembro del MERCOSUR
- Acuerdo de Libre Comercio con Chile

### ***Logística y Servicios***

La distancia geográfica entre Rosario, Santa Fe, Argentina y Brasilia es de 2.776 km. Dado que entre estos dos países la distancia es corta, comparado con Panamá y México, en este caso optamos por hacer un transporte terrestre.

### ***Mercado y Consumo Aparente Del Producto***

*Proyecto de certificación de Empresa B de Hierbas y Esencias para la internacionalización de sus productos con destino al mercado de Brasil.*

El mercado de belleza y cuidado personal en Brasil está sujeto a desafíos constantes, innovaciones y transformaciones. Para el año 2020 se estimó un ingreso de USD 25.9 mil millones en este mercado, y se proyecta que alcance los USD 33.6 mil millones para el 2025. Brasil es, actualmente, el mercado más grande de Sudamérica de productos de belleza y cuidado personal.

En Brasil, los clientes son cada vez más conscientes de ingredientes en el maquillaje y artículos de tocados. El 82% prefiere productos que contengan ingredientes naturales.

### ***Países Competidores***

En cuanto a los países competidores para las empresas argentinas en Brasil para la posición arancelaria 3301.19.90.90Y, de acuerdo con los datos provistos por Trade Map, disponemos de la siguiente tabla:

*Tabla 6*  
*Países que exportan la posición arancelaria seleccionada a Brasil.*

<b>Exportadores</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Mundo	5549	4085	5107	5047	5912
Estados Unidos	1835	1410	1965	2141	2585
Italia	1980	1158	1597	1441	1441
Alemania	1078	1026	1066	1071	1348
Argentina	164	141	207	197	269
México	492	350	272	197	269

Fuente: Trade Map.

### **Brasil y Su Relación Con Las Empresas B**

El Sistema B Brasil es una organización asociada de B Lab desde 2012, y es responsable del compromiso, divulgación y promoción local de

*Proyecto de certificación de Empresa B de Hierbas y Esencias para la internacionalización de sus productos con destino al mercado de Brasil.*

todo movimiento B en todo el país. En Latinoamérica existen más de 900 Empresas B certificadas, y el 26% de estas son brasileras.

La página web de Sistema B te brinda la opción de buscar en los distintos países de América Latina, todas las empresas certificadas como Empresa B, dependiendo el rubro en el que se encuentren. Teniendo en cuenta todos estos países, el que más me llamo la atención investigar fue Brasil, por varias razones.

La primera porque es un país limítrofe, vecino, con el cual mantenemos mucha relación comercial. La segunda, siguiendo con la primera, es porque Argentina y Brasil se encuentran ambos en el Acuerdo del MERCOSUR, lo cual brindaría muchas ventajas y preferencias arancelarias. Y, por último, la tercera razón fue porque, en el rubro de “higiene y belleza”, en el cual entraría Hierbas y Esencias, encontré muchas empresas que, si bien claramente ofrecen productos de cuidado personal los cuales son sustentables; ecológicos; cruelty free y demás como lo son los de Hierbas y Esencias, solo una sola marca ofrecía aceites esenciales. Esta última razón me pareció la más importante, porque pude ver una ventaja comercial en cuanto a los competidores muy grande.

En Brasil hoy en día hay más de 300 empresas certificadas como Empresa B de las cuales solo 23 están dentro del sector “higiene y belleza”. Mencionaré las marcas que actuarían como posibles competidores de Hierbas y Esencias en la investigación del mercado seleccionado.

### ***Marcas Competidoras***

Como mencione previo a realizar la investigación del mercado brasileño, las posibles marcas competidoras para Hierbas y Esencias con las certificadas como Empresa B. Dicho esto, según los datos ofrecidos por Sistema B, las mismas son:

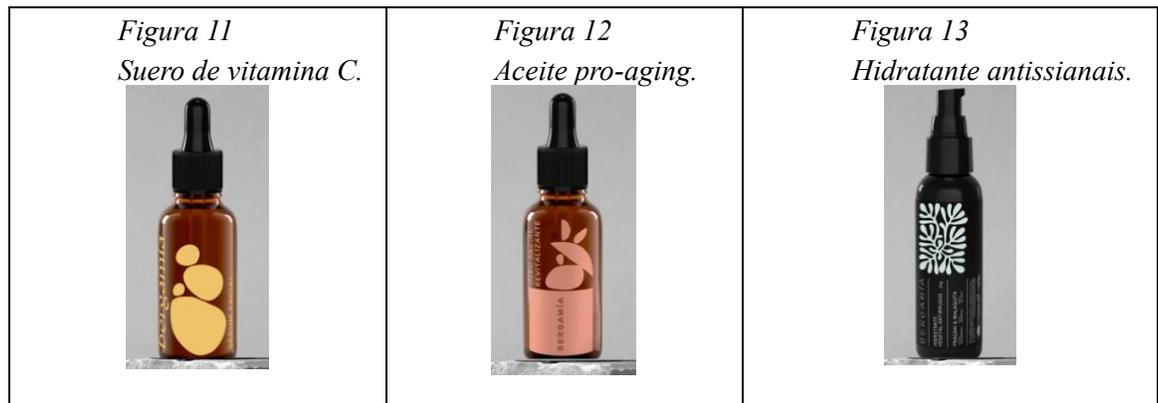
#### **Bergamia.**

Basados en superalimentos, ciencia y biotecnología, sus productos son biodegradables, desde la formulada hasta el envase, el cual está compuesto al 100% por plástico reciclado post-consumo. Creen en la innovación y la mejora que *Proyecto de certificación de Empresa B de Hierbas y Esencias para la internacionalización de sus productos con destino al mercado de Brasil.*

garantice la sostenibilidad y el bienestar de las personas, la comunidad y el planeta. Además de contar con la certificación B, Bergamia cuenta con las siguientes certificaciones: Ingredientes Naturales IBD, Certificado de Producto Vegano de SVB, I Reciclo, Circular Pack y Peta Cruelty-free.

Bergamia cree que la innovación científica y la sostenibilidad no solo pueden sino que necesitan caminar juntas, y que su deber es construir un futuro cercano, en el que toda belleza sea natural; limpia; ética y sostenible.

Algunos de los productos que ofrece son:



Fuente: Bergamia.

Bergamia obtuvo una puntuación general de 81,5:

- 17,6 de gobernanza
- 36,5 en comunidad
- 27,1 respecto al medio ambiente
- 0,5 en cuanto a los clientes

### **BeBrasil.**

Empresa de bienestar y salud brasileña, optimista y apasionada por la vida. Difunden la felicidad, el estilo de vida de los brasileños y muestran al mundo la importancia de la naturaleza de su país, la cual es exuberante, curativa y de una belleza única a través de sus marcas. Su objetivo es llevar productos desarrollados en Brasil e inspirados en el estilo de vida del brasileño, al mundo. Contribuyen a la preservación de la naturaleza brasileña. Invierten en tecnología y soluciones innovadoras de alta eficiencia para ofrecer productos diferenciados y sensoriales.

BeBrasil cree en el poder curativo y transformador de la naturaleza brasileña y se nutren de él.

*Proyecto de certificación de Empresa B de Hierbas y Esencias para la internacionalización de sus productos con destino al mercado de Brasil.*

Sus productos son libres de pruebas en animales y están formulados con ingredientes 100% vegetales.

La empresa ofrece productos como hidratantes faciales y corporales, y también cuenta con productos de aromaterapias, y algunos de ellos son:



Fuente: BeBrasil.

Su nota general es de 122,8 obteniendo:

- 15,1 en gobernanza
- 30,3 en cuanto a los trabajadores
- 4,5 en los clientes
- 57,1 con respecto a la comunidad
- 15,8 en cuanto al medio ambiente

### **Feito Brasil.**

Marca brasileña que desde 2004 desarrolla productos veganos, artesanales, sostenibles e inspirados en la cultura y materias primas brasileñas. Todo está hecho a mano, con respecto a la vida y al medio ambiente.

La marca ofrece productos para rituales de baño y relajación que inspiran y transforman vidas. Podemos encontrar en su página web a los siguientes productos:

*Figura 17*  
*Agua perfumada cachaca de jambu.*



*Figura 18*  
*Agua perfumada de frutas tropicales.*



Fuente: Feito Brasil.

La nota general que obtuvo Feito Brasil es de 101,6:

- 12,1 en gobernanza
- 22,9 en cuanto a sus trabajadores
- 43,6 en comunidad
- 23 con respecto al medio ambiente

### **Herbarium.**

Industria farmacéutica de fitoterapia. Su línea de productos está compuesta por Fito terapéuticos tradicionales, suplementos nutricionales, Fito cosméticos y Fito medicamentos éticos con eficacia validada por diversos estudios científicos. Generan un impacto positivo para el planeta, y se comprometen a cuidar a las personas y al medio ambiente.

La misión de esta empresa es armonizar la naturaleza y la tecnología a través de productos naturales de calidad farmacéutica para mejorar la salud, proporcionar bienestar e inspirar a las personas a una vida más saludable.

La marca ofrece una variedad de productos, pero algunos de estos relacionados con el higiene y cuidado personal son:



Fuente: Herbarium.

Herbarium obtuvo una nota general de 81,5:

- 15,9 en gobernanza
- 24,4 en cuanto a sus trabajadores
- 12,7 con respecto a los clientes
- 13,9 en comunidad
- 14,9 en medio ambiente

### **Khor cosmetics.**

Es una empresa innovadora que crea productos cosméticos con compuestos bioactivos de algas marinas, ofreciendo foto protección natural. Su formulación se basa en ingredientes naturales seleccionados por su calidad y propiedades. Prioriza la salud de sus consumidores al no utilizar ingredientes químicos dañinos. Además, es sostenible, utilizando ingrediente biodegradables y envases reciclados.

Khor crea cosméticos orgánicos con ingredientes bioactivos naturales de origen marino. Estos productos están compuestos por esencias que concentran en si diversos beneficios para la piel, como funciones antioxidantes, fotoprotectoras y antienvjecimiento. Algunos de los productos que podemos encontrar en su página web son:

*Figura 22  
Crema hidratante facial.*



*Figura 23  
Espuma de limpieza facial.*



*Figura 24  
Crema dental natural.*



Fuente: Khor Cosmetics.

Khor cosmetics obtuvo una puntuación de 88,4:

- 17,6 en gobernanza
- 42,8 respecto a los trabajadores
- 1,7 en clientes
- 26,2 en cuanto al medio ambiente

### **Korui.**

Los productos Kouri son reutilizables y naturalmente sostenibles, si se conservan bien pueden durar muchos años. Se preocupan por su huella ecológica y toman medidas en consecuencia en todas sus operaciones, desde la reducción y el reciclaje de residuos en su oficina, hasta la impresión de los envases, que se realizan con tinta vegetal en papel certificado y 100% reciclable.

La marca está compuesta por una comunidad de personas que buscan soluciones a problemas sociales y ambientales, y buscan generar un impacto positivo para el mundo.

Algunos de los productos que ofrece Korui son:



Fuente: Korui.

La marca tiene una puntuación de 98,1:

- 14,1 en cuanto a gobernanza
- 17,8 en sus trabajadores
- 42,1 respecto a la comunidad
- 2,5 en clientes
- 21,6 respecto al medio ambiente

**Natura.**

Natura es una multinacional brasileña en el segmento de cosméticos y cuidado personal, líder en ventad directas en Brasil y reconocida por proteger la biodiversidad social amazónica a través de su modelo de negocio sostenible. Sus productos son libre de crueldad, 100% veganos.

La marca ofrece productos en varias categorías: baño; cuerpo; rostro; cabello y perfumes y para estos utilizan ingredientes vegetales derivados de la biodiversidad brasileña, cosechados en asociación con las comunidades locales.

Algunos de estos productos son:



Fuente: Natura.

Natura es la empresa que mayor puntuación tiene de todas estas marcas que he nombrado, y la misma es de 153 puntos:

- 14,1 en gobernanza
- 17,8 en cuanto a sus trabajadores
- 2,5 en cuanto a sus clientes
- 42,1 en comunidad
- 21,6 respecto al medio ambiente

### **Plan De Acción Para Convertirse En Empresa B y Exportar Al Mercado Brasileño**

Convertirse en una empresa certificada como Empresa B implica adoptar prácticas comerciales socialmente responsables y sostenibles. Al aspirar con expandirse al mercado brasileño, el reto se vuelve un poco más ambicioso, pero no imposible. Por eso, he creado un plan de acción el cual contiene una serie de recomendaciones que combinan ambos objetivos.

1. Investigación de la Certificación B Corp o Empresa B: la primera recomendación es investigar los requisitos y procesos para obtener la certificación de Empresa B en el país en el cual reside la empresa, en este caso Argentina. Luego, se debe comprender cuales son los estándares y evaluaciones que utiliza esta organización para medir el impacto social y ambiental.
2. Evaluación interna: realizar una evaluación interna de las prácticas actuales de la empresa en cuanto a sus términos de sostenibilidad social y ambiental es un buen punto de partida para comprender donde se posiciona en este entorno, y de esta forma poder identificar las áreas de mejora y oportunidades para alinear a la empresa con los estándares de Empresa B.
3. Compromiso de la dirección de la empresa: para poder liderar con iniciativa, identificar qué es lo que necesita la empresa y lograr que los empleados estén comprometidos con el desafío, primero deben tener compromiso los directivos. De esta manera, se podrán definir con mayor precisión los objetivos para mejorar el desempeño social y ambiental de la empresa.

4. Integraciones de prácticas sostenibles: desarrollar una estrategia integral de sostenibilidad que aborde los aspectos sociales y ambientales e integrar practicas sostenibles en las operaciones diarias de la empresa.
5. Medición y evaluación continua: es necesario realizar chequeos periódicos para evaluar el progreso y asegurarse de que se cumple con los estándares de B Corp.
6. Investigación y evaluación del mercado brasileño: para comprender las tendencias, las competencias y las regulaciones específicas de Brasil se debe realizar un análisis exhaustivo. Así mismo, es importante adaptar la estrategia de la empresa a las particularidades culturales y legales de Brasil.
7. Marketing y comunicación: diseñar estrategias de marketing adaptadas al mercado brasileño para destacar las practicas sostenibles de la empresa. Además, una buena forma de fortalecer la presencia de la marca en la comunidad brasileña es colaborar con otras marcas y/o influencers locales, y de esta manera generarles confianza a los clientes.

Es importante que la empresa se mantenga flexible y dispuesta a ajustar sus estrategias a medida que avanza hacia la certificación y la expansión internacional. Además, el proceso de certificación como Empresa B puede llevar tiempo, pero con un enfoque estratégico y con compromiso se puede lograr y, al mismo tiempo, contribuir positivamente con la sostenibilidad social y ambiental.

## Conclusiones Finales

Habiendo realizado la pertinente investigación, he llegado a la conclusión de que certificar a la empresa Hierbas y Esencias para poder competir en el mercado brasileño, se muestra como una alternativa propicia.

Como he mencionado, el mercado seleccionado es una elección beneficiosa desde varios puntos de vista. Principalmente, podemos encontrar ventajas con respecto a las preferencias arancelarias que nos brinda el Acuerdo del Mercosur, como también las grandes posibilidades de competir en el sector de higiene y belleza. Remarcando en este último punto, es importante comentar que el mercado brasileño de cosméticos naturales ha experimentado un crecimiento significativo debido al aumento en la conciencia sobre la salud y el bienestar, así como la preferencia por productos más sostenibles y amigables con el medio ambiente. Esto hace que sea un mercado altamente competitivo.

La empresa Hierbas y Esencias esta lista para realizar su certificación y dar un paso extenso en su camino. La certificación le brindaría muchas oportunidades comerciales, le proporcionaría una reputación positiva respecto a la de su competencia. Además, ser una empresa B puede alinear a Hierbas y Esencias con las expectativas de entornos cambiantes. Es importante recalcar que para que la empresa pueda obtener su certificación tiene que cumplir con una serie de requerimientos que ya he mencionado en otro apartado, pero me parece fundamental volver a recalcarlo:

8. Completar la evaluación de Impacto B donde se mide el impacto positivo de la empresa en relación a su gobernanza (transparencia), sus trabajadores, la comunidad (proveedores), los consumidores, el medio ambiente y sus clientes.
9. Realizar cuestionario de divulgación e industrias controversiales.
10. Una vez completada la evaluación, la empresa debe obtener un puntaje de al menos 80 puntos para poder enviar su evaluación de Impacto B a revisión.

11. Pago del fee de aplicación, el cual corresponde a un monto fijo basado en la facturación anual de la empresa.
12. Revisión detallada de la evaluación de Impacto B. Si el puntaje se mantiene mayor a 80 puntos se procede a la verificación de la misma.
13. Pagar la cuota de certificación de Empresa B la cual es anual (fee anual) y funciona como una membresía.
14. Comprometerse a cumplir con el requerimiento legal establecido en el país donde reside la empresa.

Por otro lado, las marcas que competirían en el mercado brasileño con Hierbas y Esencias son las certificadas como Empresas B. Como mencione, las empresas que se encuentran en el sector de “higiene y belleza” están ya inmersas en el mismo con sus clientes, sus productos estrellas y tienen su porción de mercado. Sin embargo, solo una marca ofrece productos de aromaterapia, la misma se llama BeBrasil. Por este motivo encuentro aún más factible el hecho de la introducción a este mercado tan peculiar, ya que, si bien podemos encontrar muchas otras marcas con productos de aromaterapia de origen brasileño, ninguna de ellas tiene la certificación de Empresa B.

La certificación sería un paso que marca el antes y después de una empresa, e ingresar a un mercado formando parte del Sistema B le proporcionaría a la empresa entrar al mercado desde otro lado, con un mayor valor para la empresa como para con sus productos.

Algunos beneficios que puedo destacar de internacionalizarse siendo una Empresa B son los siguientes:

- Impacto social global, ya que al expandirse internacionalmente permite que la empresa B tenga un impacto social en múltiples comunidades alrededor del mundo, contribuyendo en causas y proyectos sostenibles en diferentes regiones.

- Ampliación de la red de colaboración. La empresa tendría oportunidad de establecer nuevas asociaciones y colaboraciones con organizaciones y empresas del país al cual realizo la internacionalización, impulsando conjuntamente la eficacia en la resolución de problemas globales.
- Adaptación a normativas y demandas globales. Este punto me parece muy importante. Al operar internacionalmente y certificada como Empresa B, la misma se enfrentara a diferentes regulaciones y expectativas culturales, fortaleciendo la capacidad de la empresa para adaptarse a entornos distintos.
- Promoción de la sostenibilidad global. La empresa puede promover y compartir practicas sostenibles a nivel global, influyendo positivamente en la adopción de modelos de negocios responsables en diferentes partes del mundo.

Para finalizar, quiero destacar que es fundamental que la empresa realice la internacionalización de manera ética y respetuosa con las comunidades y el medio ambiente, manteniendo siempre el compromiso de la Empresa B con sus valores fundamentales.

## Referencias

Principales líderes del mercado de productos de belleza y cuidado personal en Argentina (Octubre 2023). Mordor Intelligence.

<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/argentina-cosmetics-products-market-industry>

Productos de la empresa Hierbas y Esencias. (Octubre 2023). Hierbas y Esencias.

<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/argentina-cosmetics-products-market-industry>

Posición arancelaria de aceites esenciales de cítricos. (Octubre 2023). Ci Vuce.

<https://ci.vuce.gob.ar/busquedaPosicion?posicion=3301&operacion=exportacion>

Aranceles aduaneros de la posición arancelaria seleccionada. (Octubre 2023). Mac Map.

<https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=076&partner=032&product=33011990&level=8>

Información general sobre B Lab Global. (Noviembre 2023). B Corporation.

<https://www.bcorporation.net/en-us/>

Información general sobre Sistema B en América Latina. (Noviembre 2023). Sistema B.

<https://www.sistemab.org>

*Proyecto de certificación de Empresa B de Hierbas y Esencias para la internacionalización de sus productos con destino al mercado de Brasil.*

Principales importadores de la posición arancelaria seleccionada en los últimos 5 años. (Octubre 2023). Trade Map.

<https://www.trademap.org/Index.aspx>

Conversión de la moneda brasileña. (Noviembre 2023). Xe Currency Exchange.

<https://www.xe.com/es/currencyconverter/convert/?Amount=1&From=ARS&To=BR>

Información sobre la red portuaria brasileña. (Octubre 2023). Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social.

[https://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_es](https://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_es)

Ministerio de Transporte de Brasil. PNL 2035. (Octubre 2023). Gobierno de Brasil.

[https://www.gov.br/transportes/pt-br/assuntos/planejamento-integrado-de-transportes/copy\\_of\\_planejamento-de-transportes/pnl-2035](https://www.gov.br/transportes/pt-br/assuntos/planejamento-integrado-de-transportes/copy_of_planejamento-de-transportes/pnl-2035)

Confederación Nacional del Transporte. (Octubre 2023). CNT.

<https://www.cnt.org.br>

Derechos, aranceles e impuestos de la posición arancelaria seleccionada en Brasil. (Octubre 2023). Mac Map.

<https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=076&partner=032&product=330190&level=8>

Países importadores de la posición arancelaria seleccionada en Brasil. (Octubre 2023). Trade Map.

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=1%7c032%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c032%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c%7c1)

Información general sobre Sistema B en Brasil. (Diciembre 2023).

Sistema B Brasil.

<https://sistemabbrasil.org/equipe/>

Información general sobre la marca Bergamia. (Diciembre 2023).

Bergamia.

<https://www.bergamia.com.br>

Información general sobre la marca BeBrasil. (Diciembre 2023).

BeBrasil.

<https://bebrasil.com>

Información general sobre la marca Feito Brasil. (Diciembre 2023).

Feito Brasil.

<https://feitobrasil.com>

Información general sobre la marca Herbarium. (Diciembre 2023).

Herbarium.

<https://loja.herbarium.com.br/?ProductLinkNotFound=arnica-gel-30g>

Información general sobre la marca Khor Cosmetics. (Diciembre

2023). Khor Cosmetics.

<https://khorcosmetics.com>

Información general sobre la marca Korui. (Diciembre 2023). Korui.

<https://korui.com.br>

Información general sobre la marca Natura. (Diciembre 2023).

Natura.

<https://www.naturabrasil.fr/es-es/>