

UNIVERSIDAD ABIERTA
INTERAMERICANA



Facultad de Ciencias Económicas

Sede Regional Rosario

Carrera: Licenciatura en Comercio Internacional

Exportación de hornos eléctricos digitales

Plan de Internacionalización para la empresa

AXEL ELECTRODOMÉSTICOS S.A

Estudiante: Sofía Paredes

Profesora orientadora: Esp. PS. Laura Berizzo (metodología)

Director de Carrera: Lic. Paulo Lanza (contenidos)

Diciembre 2022

Índice

Índice.....	2
Introducción	5
Parte 1. Formulación de Diagnóstico	10
1.1 La Empresa.....	10
1.2 Situación Actual del Sector	10
1.2.1 Comercio de electrónicos y artículos para el hogar	11
1.2.2 Personal ocupado	12
1.3 Productos.....	12
1.3.1 Línea de productos	12
1.4 Oferta Exportable de la Empresa, Requisitos y Tratamiento Arancelario	13
1.4.1 Posición arancelaria	14
1.4.2 Tratamiento arancelario	15
1.4.3 Intervenciones COMEX. Trámites de la Administración Pública Nacional	15
1.5 Conclusión	16
Parte 2. Investigación de Mercados y Selección	17
2.1 Selección de Mercados a Ponderar	19
2.1.1 Tamaño del Mercado.....	19
2.1.2 Tasa de Crecimiento del Mercado	19
2.1.3 Acuerdos Bilaterales	20
2.1.4 Nicho de Mercado	20
2.1.5 Regulaciones Legales.....	20
2.1.6 Riesgo País	20

2.1.7 Barreras de Entrada	21
2.1.8 Distancia geográfica y/o cultural:	22
2.1.9 Tabla de Ponderación	22
2.2 Conclusión	23
Parte 3. Estudios de Mercado.....	24
3.1 Informe Uruguay	24
3.1.1 Datos Generales	24
3.1.2 Características del Mercado. Estructura Económica.....	27
3.1.3 Productos Oferta Exportable de la Empresa	31
3.1.4 Logística y Servicios	35
3.1.5 Competencia.....	35
3.1.6 Canales de Distribución	37
3.2 Informe Paraguay	40
3.2.1 Datos Generales	40
3.2.2 Características del Mercado. Estructura Económica.....	43
3.2.3 Productos Oferta Exportable de la Empresa	47
3.2.4 Logística y Servicios	49
3.2.5 Comercialización.....	50
3.3 Informe Brasil	53
3.3.1 Datos Generales	53
3.3.2 Características del Mercado. Estructura Económica.....	56
3.3.3 Productos Oferta Exportable de la Empresa	60
3.3.4 Logística y Servicios	66
3.3.5 Mercado.....	68
3.3.6 Competencia.....	69

3.3.7 Comercialización.....	70
Conclusión	71
Referencias Bibliográficas	72

Introducción

En los últimos diez años se ha visto un impulso por parte de las empresas a ofrecer sus productos en los mercados internacionales. La internacionalización de las empresas es un fenómeno común dentro del marco de una sociedad y economía cada vez más globalizadas e interrelacionadas, y un ingrediente importante en la mejora de la competitividad de las mismas, dado que les permite absorber y desarrollar capacidades que incrementan la calidad de sus mercancías y los procesos de producción.

No es este un proceso nuevo. Los negocios internacionales han existido, de un modo u otro, desde hace siglos con períodos de auge espectacular. Sin embargo, lo característico de nuestra época es, precisamente, la rapidez e intensidad con que este fenómeno se está extendiendo. Por este motivo, la internacionalización de la empresa y los problemas derivados de la gestión del proceso de internacionalización son cuestiones que merecen la atención de los directivos de empresa, hombres de gobierno, académicos y medios de información.

La globalización de la vida económica internacional afecta a las empresas de manera directa. La globalización de los mercados abre, en primer lugar, nuevas oportunidades de expansión en el exterior. Las posibilidades de diversificación en otros mercados geográficos nunca habían sido tan altas como en la actualidad, en un mundo con barreras comerciales decrecientes, con unas facilidades de comunicación extraordinarias y con un coste de transporte inferior.

La globalización, sin embargo, plantea ciertos retos a las empresas. El primero es la creciente presencia de empresas extranjeras en mercados locales, tanto por la vía de la exportación como por la de la inversión directa; esto significa una rivalidad mayor, más competencia en precios y presión adicional para mejorar constantemente la calidad de los productos.

En la presente investigación analizaremos las posibilidades de inserción en el mercado global y elaboraremos un respectivo plan de internacionalización para una PYME situada en la ciudad de Rosario, la empresa AXEL ELECTRODOMÉSTICOS S.A. La misma enfoca sus esfuerzos de producción y comercialización a lograr satisfacer su demanda, la cual ha alcanzado un techo en el mercado doméstico, por lo que desea expandir sus fronteras y poder comercializar sus productos en mercados externos. De esta manera, podrá distribuir parte de su capacidad productiva aprovechando economías de escala, diversificar posibles riesgos futuros y ganar prestigio a nivel internacional.

El objetivo general de esta investigación consiste en analizar si dicha empresa se encuentra en condiciones de embarcarse en un proyecto de exportación. Y, de ser así, examinar los pasos que se deberían seguir para realizar un correcto plan de internacionalización. Para esto, dividiremos el trabajo en fases secuenciales que nos permitan realizar un análisis completo. Nos planteamos tres objetivos específicos descriptos a continuación:

Comenzaremos el desarrollo realizando un diagnóstico de la empresa que nos permita tomar conocimiento acerca de su historia, la actividad que desempeña, los productos que fabrica y comercializa, cuál es su situación actual dentro del sector y cuál podría ser su oferta exportable.

Luego, nos enfocaremos en una investigación de diversos mercados de manera que podamos realizar un primer filtro para seleccionar aquellos que presenten más y mejores oportunidades para la empresa. Para esto, investigaremos cuáles son los principales países importadores a nivel mundial de nuestro producto de interés y los caracterizaremos.

Finalmente, seleccionaremos el mercado más importante resultante de la comparación hecha en la fase anterior y desarrollaremos un análisis completo del mismo, incluyendo tópicos como: datos generales de balanza comercial y sector económico, logística y servicios, la competencia presente, entre otros.

A los fines de este trabajo, entendemos por:

Internacionalización: proceso mediante el cual la organización crea las condiciones necesarias para operar en el mercado internacional. Se trata de un proceso que se desarrolla a lo largo del tiempo, no es normalmente algo estático, un paso o cambio que se produce en un momento dado, sino que va evolucionando por diversas fases. Es un proceso, por tanto, que implica tiempo, evolución a través de etapas, adaptaciones por parte de la empresa. En este sentido, las empresas deben evaluar las formas de internacionalizarse y optar por aquella que más se adapte a sus capacidades y necesidades. Dentro de estas formas podemos encontrar: exportaciones, acuerdos de cooperación contractuales y acuerdos de cooperación accionariales mediante la inversión directa en el exterior.

Globalización: proceso económico, tecnológico, político, social y cultural a escala mundial que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo.

Plan de internacionalización: es un documento que recoge la estrategia de expansión del negocio en mercados exteriores. Suele ser abordado cuando una empresa está consolidada y quiere mejorar o comenzar con la internacionalización.

Barreras comerciales: son medidas o restricciones que impone el Gobierno de un país para reducir o eliminar el intercambio de bienes y/o servicios con otra(s) nación(es). En concreto, lo que hace una barrera comercial es aumentar el costo o prohibir en definitivo las transacciones con el exterior. Principalmente se dividen en arancelarias y no arancelarias pudiendo incluir aranceles, cuotas, licencias de importación, permisos y certificados sanitarios y fitosanitarios, regulaciones sobre etiquetado de productos, regulaciones sobre estándares técnicos de productos, entre otros.

Inversión extranjera directa: es la transferencia de capitales extranjeros que un país recibe de parte de entidades económicas extranjeras con el fin de crear empresas en el territorio, o invertir en empresas ya establecidas para su control.

Proyecto de exportación: justificación técnico-económica de que una actividad de exportación satisface los objetivos (de rentabilidad, crecimiento y diversificación) trazados por una empresa. Su objetivo es demostrar la factibilidad -o no- de una inversión considerando las limitaciones de recursos/tiempos y la existencia de diversas vías para llegar al objetivo.

Economía de escala: aumento de productividad provocado por el aumento de los recursos invertidos en la producción y del cuál se deriva una reducción del coste medio por producto. Con este escenario las empresas reaccionan invirtiendo en su proceso de producción y este coste se amortizará rápidamente con los beneficios que generará el incremento de la demanda atendida.

Capacidad productiva: nivel de actividad máximo que puede alcanzar una empresa con una estructura productiva dada.

Investigación de mercados: identificación, recolección, análisis y difusión sistemática y objetiva de información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing.

Balanza comercial: es un registro de importaciones y exportaciones de un país en un período determinado.

Logística: actividad administrativa que se encarga de coordinar el transporte, la visión estratégica de la cadena de suministros, la gestión de los procesos de producción, así como las tareas relativas al almacenamiento y compras de las empresas. El objetivo de la logística es poner a disposición del consumidor el producto deseado, en la cantidad y momentos precisos, en el mejor punto de venta y que todo ello se realice al menor coste posible.

Desde el punto de vista metodológico, el tipo de investigación que realizaremos es descriptiva, en la misma especificaremos las propiedades importantes de todas las cuestiones sometidas a análisis abordando un enfoque tanto cuantitativo como cualitativo. Las fuentes consultadas son de naturaleza secundaria, como relevamiento bibliográfico y/o análisis documental (documentos publicados en páginas webs).

La presente investigación resulta muy enriquecedora para adquirir nuevos conocimientos y herramientas para realizar determinados trabajos dentro del campo profesional, y también para reforzar otros aspectos ya estudiados en años anteriores. Es un aporte muy valioso a la carrera y al campo de conocimiento personal.

Parte 1. Formulación de Diagnóstico

1.1 La Empresa

Desde 1960 se identifica a Axel como una empresa argentina sinónimo de excelencia en la producción de electrodomésticos de alta tecnología y óptima calidad.

Desde sus orígenes, los productos Axel tienen una marcada aceptación en nuestro país y actualmente es líder en ventas en el mercado interno. Una de las razones de este predominio es la excelencia productiva en todas las etapas fabriles, desde la concepción y diseño de cada pieza, pasando por la utilización de materiales de primera calidad, hasta los sistemas de fabricación, armado y rigurosos controles de calidad y seguridad.

Otro de los aspectos característicos de los productos Axel es la posibilidad de desarrollar una producción adaptada a los diferentes mercados y a sus particularidades, así como la comercialización de parte de dichos productos. El objetivo es brindar siempre un producto de perfecto funcionamiento bajo todo tipo de condiciones y que responda a todas las necesidades.

En el departamento de ingeniería, se trabaja constantemente en el perfeccionamiento de los productos y packaging, basándose en las exigencias de seguridad y presentación que demandan los distintos mercados.

Axel, con personas especializadas en todos sus sectores, es en la actualidad una de las pocas empresas argentinas que produce íntegramente sus modelos en su nueva planta del Parque Industrial Rosario Oeste de 6000 m².

1.2 Situación Actual del Sector

Según datos oficiales, el entramado empresario cuenta con 400 empresas. Alrededor de 80 empresas concentran casi el 90% del mercado total.

En su gran mayoría, los fabricantes se localizan en los cordones industriales que rodean a la provincia de Buenos Aires (53%), la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (24%), Santa Fe (13%) y Córdoba (7%), los cuales concentran casi la totalidad de los establecimientos. Sin embargo, a pesar de no contar con la mayor cantidad de empresas, Rosario es el principal polo productor de línea blanca en Argentina, con casi el 70% de las heladeras que se fabrican en el país.

Durante la pandemia, se profundizaron algunas dificultades relacionadas con la logística, la disponibilidad de algunos insumos, y materias primas en origen (acero, hierro, cobre), la cual responde no a una cuestión local sino a un problema de abastecimiento a nivel mundial. En cuanto a las exportaciones, se concentran principalmente en Latinoamérica, y el share es bajo ya que es difícil competir por precio con los países asiáticos.

A pesar de las dificultades, algunas empresas poseen proyectos de inversión para los próximos años. En particular, se trata de lanzamientos de productos que antes se importaban (hornos eléctricos), ampliación de líneas y lanzamiento de nuevas marcas (microondas, lavarropas, heladeras, cocinas, termotanques, entre otros). Estos proyectos incluyen la contratación de nuevos puestos de trabajo y la sustitución de unidades anteriormente importadas.

1.2.1 Comercio de electrónicos y artículos para el hogar

Las ventas a precios corrientes del segundo trimestre de 2022 totalizaron 110.692,4 millones de pesos, lo que representa una variación porcentual positiva de 73,9% respecto del segundo trimestre de 2021.

	2022				
	Abril	Mayo	Junio	Segundo trimestre	
Total	29.848,7	37.797,8	43.045,9	110.692,4	73,9
Televisores, video y fotografía	5.542,0	7.725,5	8.847,2	22.114,7	65,6
Equipos de audio, radios y similares	712,1	734,9	912,7	2.359,7	85,7
Heladeras y freezers	3.069,9	3.163,9	3.291,1	9.524,9	85,5
Equipos de aire acondicionado y climatizadores	917,9	1.654,9	2.233,4	4.806,1	128,9
Lavarropas, secarropas y lavavajillas	2.890,8	3.722,1	4.101,8	10.714,7	105,1
Cocinas a gas y eléctricas, hornos microondas y eléctricos, calefactores, calefones y termotanques	3.739,8	5.990,1	6.716,3	16.446,2	90,0
Computación y accesorios informáticos	2.828,0	2.939,9	3.199,2	8.967,0	30,4
Telefonía	5.704,8	6.638,8	7.961,3	20.304,9	53,4
Cuidado personal	913,1	1.053,3	1.185,2	3.151,6	215,2
Pequeños electrodomésticos	1.345,3	1.664,9	1.872,2	4.882,5	63,2
Otros electrodomésticos y artículos para el hogar	2.185,1	2.509,5	2.725,6	7.420,2	94,6

Tabla 1: ventas totales (en millones de pesos) por grupos de artículos pertenecientes al sector y su variación porcentual respecto al mismo período del año anterior. Tabla extraída de Argentina Trade Net.

En el segundo trimestre de 2022, el grupo “Cocinas eléctricas, hornos eléctricos y microondas” registró 119.635 unidades vendidas (encontrándose éstos dentro de los artículos seleccionados con mayor volumen de cantidades vendidas).

1.2.2 Personal ocupado

En junio de 2022, el personal ocupado correspondiente al panel de empresas encuestadas descendió a 15.847 personas, lo que refleja una caída de 20,4% respecto al mismo mes del año anterior.

1.3 Productos

1.3.1 Línea de productos

Productos para la cocina: hornos eléctricos y purificadores.

Productos para el cuidado de la ropa: secarropas centrífugos, secarropas por aire caliente y planchas con base de aluminio, acero y teflón.

Productos de calefacción: vitro calefactores, convectores y caloventores.

Productos de ventilación: ventiladores turbo, de techo y de pared.

1.4 Oferta Exportable de la Empresa, Requisitos y Tratamiento Arancelario

De todos los productos que actualmente fabrica la empresa podemos destacar uno con grandes ventajas competitivas para participar en cualquier mercado a nivel mundial debido al agregado potencial tecnológico: *horno eléctrico de 60 litros, digital, en acero inoxidable.*



Figura 1: horno eléctrico, digital, en acero inoxidable. Imagen extraída de la página de la empresa AXEL ELECTROMÉSTICOS S.A

Características:

- Cocción superior, inferior o combinada
- Convección forzada para lograr una distribución uniforme del calor y garantizar una cocción pareja.
- Control de temperatura ajustable, para una amplia variedad de usos.
- 4 niveles de posicionamiento de bandejas.
- Puerta de vidrio templado resistente al choque térmico.
- Pies antideslizantes.
- Exterior en acero inoxidable
- Garantía: 12 meses.

Datos técnicos:

- Potencia máxima: 2000 W.
- Tensión: 220 V - 50 Hz - CA.

- Rango de temperatura: de 50°C a 230 °C.
- Capacidad: 60 lt.
- Temporizador: 120 min, con indicador sonoro al finalizar el ciclo de cocción.
- Peso bruto: 11,0 Kg.
- Peso Neto: 10,5 Kg.
- Bultos por contenedor: 225 unid. cont. de 20 std. / 450 unid. cont. de 40 std.
- Dimensiones horno (ancho/alto/prof): 630x390x430mm.
- Dimensiones embalaje: 635x410x455mm.
- Fabricado bajo norma IEC 60335 de seguridad eléctrica.

1.4.1 Posición arancelaria

Según la Nomenclatura Común del Mercosur, este producto se encuentra ubicado en la posición **8516.60.00.220L**. A continuación, su detalle:

85	MÁQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O DE REPRODUCCIÓN DE SONIDO, APARATOS DE GRABACIÓN O DE REPRODUCCIÓN DE IMÁGENES Y SONIDO EN TELEVISIÓN, Y LAS PARTES Y ACCESORIOS DE ESTOS APARATOS
85.16	CALENTADORES ELÉCTRICOS DE AGUA DE CALENTAMIENTO INSTANTÁNEO O ACUMULACIÓN Y CALENTADORES ELÉCTRICOS DE INMERSIÓN; APARATOS ELÉCTRICOS PARA CALEFACCIÓN DE ESPACIOS O SUELOS; APARATOS ELECTROTÉRMICOS PARA EL CUIDADO DEL CABELLO (POR EJEMPLO: SECADORES, RIZADORES, CALIENTATENACILLAS) O PARA SECAR LAS MANOS; PLANCHAS ELÉCTRICAS; LOS DEMÁS APARATOS ELECTROTÉRMICOS DE USO DOMÉSTICO; RESISTENCIAS CALENTADORAS, EXCEPTO LAS DE LA PARTIDA 85.45.
8516.60.00	- Los demás hornos; cocinas, hornillos (incluidas las mesas de cocción), parrillas y asadores
8516.60.00.2	Hornos eléctricos, excepto los de empotrar
8516.60.00.220L	De capacidad superior o igual a 37 l pero inferior o igual a 60 l

Figura 2: Descripción detallada de la posición arancelaria de nuestro producto. Imagen extraída de La Central de Información de Comercio Exterior.

1.4.2 Tratamiento arancelario

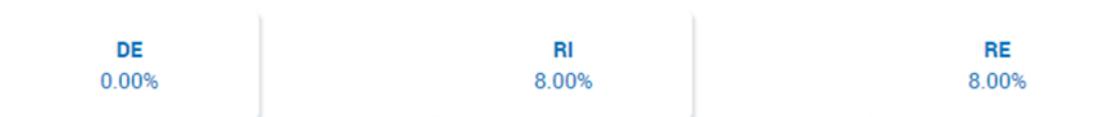


Figura 3: Tratamiento arancelario para nuestro producto. Imagen extraída de La Central de Información de Comercio Exterior.

* Se establecen alícuotas de derechos de exportación para determinadas posiciones arancelarias de la NOMENCLATURA COMÚN DEL MERCOSUR (N.C.M.) incentivando la diversificación y complejización de la canasta exportable y desincentivando la primarización de la economía, promoviendo la producción de bienes con mayor valor agregado y fomentando inversiones tendientes al desarrollo industrial. Para nuestro producto, el derecho de exportación es de 0%.

* Los reintegros a la exportación 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 cuenta del comprador, los fletes, seguros y otros gastos necesarios para hacer llegar la mercancía hasta la Aduana de salida. En nuestro caso, tanto el reintegro de exportación intrazona como el extrazona son de 8%.

1.4.3 Intervenciones COMEX. Trámites de la Administración Pública Nacional

*Intervención obligatoria por exportación de material radioactivo, nuclear y material/equipos de interés nuclear. Régimen perteneciente a Autoridad Regulatoria Nuclear (ARN).

*Intervención optativa: Desgravación del derecho de exportación para Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs). Régimen perteneciente a Secretaría de Comercio Interior. (Se deberá estar inscripto en el Registro de Empresas MiPyMEs y tramitar el Certificado PyME).

1.5 Conclusión

Para finalizar, es importante destacar que AXEL es una empresa con más de 60 años de trayectoria que se encuentra en condiciones de buscar nuevos clientes en el exterior debido a la calidad e innovación de sus líneas de productos. Además, se ha detectado que el sector de electrodomésticos en Argentina en el último año ha estado creciendo por lo que sería un buen momento tanto como para, consolidarse en el mercado local y también para aumentar la capacidad de producción y comenzar un proceso de internacionalización que le permita diversificar posibles riesgos futuros.

Parte 2. Investigación de Mercados y Selección

En esta fase realizaremos una investigación en base a datos secundarios, provistos por diferentes organizaciones reconocidas a nivel mundial, para establecer los potenciales mercados para nuestro producto designado: horno eléctrico de 60 litros, digital, en acero inoxidable.

A continuación, se detalla la posición arancelaria del mismo. Cabe aclarar que la apertura que sigue a continuación pertenece al MERCOSUR (ocho dígitos), y las estadísticas que relevaremos a nivel internacional son posiciones arancelarias de tan sólo seis dígitos (HS – Harmonized System):

Posición arancelaria: 8516.60.00.220L

SECCIÓN XVI	Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos.
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o de reproducción de sonido, aparatos de grabación o de reproducción de imágenes y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos.
85.16	Calentadores eléctricos de agua de calentamiento instantáneo o acumulación y calentadores eléctricos de inmersión; aparatos eléctricos para calefacción de espacios o suelos; aparatos electrotérmicos para el cuidado del cabello o para secar las manos; planchas eléctricas; los demás aparatos electrotérmicos de uso doméstico; resistencias calentadoras, excepto las de la partida 85.45.
8516.60.00	Los demás hornos; cocinas, hornillos (incluidas las mesas de cocción), parrillas y asadores.
8516.60.00.2	Hornos eléctricos, excepto los de empotrar.
8516.60.00.220L	De capacidad superior o igual a 37 l pero inferior o igual a 60 l.

A continuación, incluiremos un gráfico que incluye los principales países importadores para el producto seleccionada a nivel mundial en el año 2021. Del mismo podemos observar que Estados Unidos lidera la lista con un importe en miles de dólares que supera los US\$ 2.500.000. Le siguen Alemania con aproximadamente US\$ 1.400.00 y Reino Unido que apenas supera los US\$ 1.000.000. Detrás, podemos

observar a Francia, Canadá, Rusia, Países Bajo, Vietnam, Corea e Italia con valores que están por debajo de los US\$ 1.000.000.

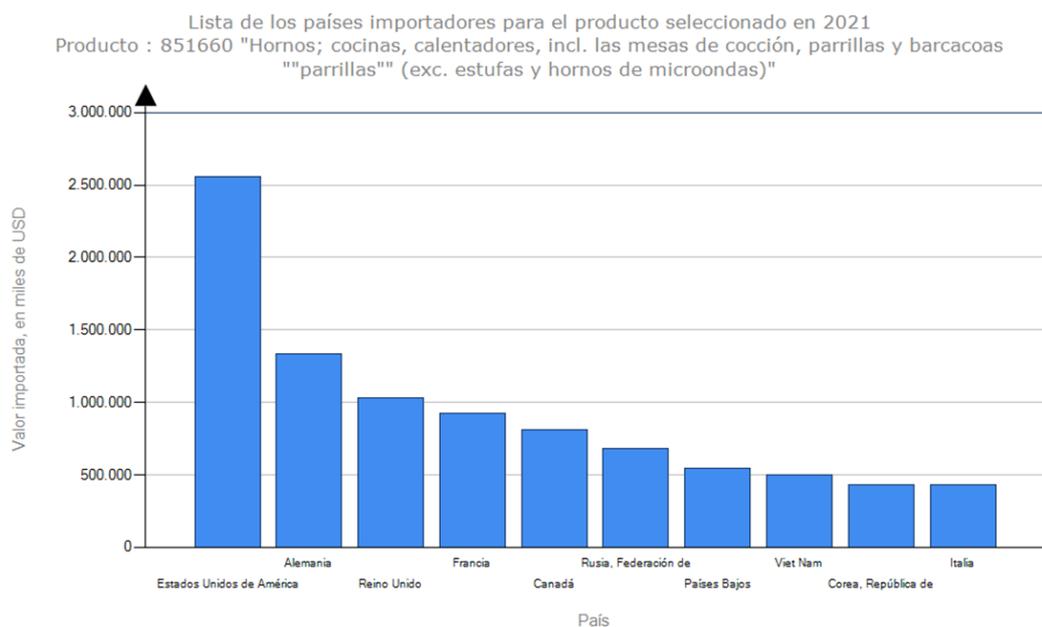


Figura 4: principales importadores para nuestro producto en el año 2021 con sus respectivos valores importados en USD. Imagen extraída de la página International Trade Map.

Lista principales países importadores del producto seleccionado exportado por Argentina (año 2022):

País de Destino	US\$ FOB	% Inc.	Kgs. Brutos
Uruguay	8.957	55,95	1794
Paraguay	2.853	17,82	941
Brasil	2.253	14,08	282
Bolivia	1.615	10,09	268
Nueva Zelanda	329	2,06	91

Tabla 2: elaboración propia a partir de trabajo de campo.

Lista de los principales exportadores argentinos del producto seleccionado (año 2022):

Exportador	US\$ FOB	% Inc.	Kgs. Brutos
Herrería Parque SRL	5.492	34,31	1.953
Tas-Eme S.A.	4.720	29,48	682
Whirlpool Argentina S.A.	1.619	10,11	161
Héctor Codini S.A.	1.615	10,09	268
Kakoom S.A.	1.598	9,98	100
Frimetal S.A.	634	3,97	120
Federal Express Corporation	329	2,06	91

Tabla 3: elaboración propia a partir de trabajo de campo.

2.1 Selección de Mercados a Ponderar

En este paso, seleccionaremos los mercados más convenientes para analizar en profundidad y así luego realizar la ponderación. Como resultado de los datos recopilados anteriormente, es posible afirmar que los mercados mejores perfilados, teniendo en cuenta la realidad del mercado nacional y la actual situación de AXEL ELECTRODOMÉSTICOS S.A., son: Uruguay, Paraguay y Brasil.

Esta elección obedece principalmente a las ventajas logísticas, comerciales y aduaneras que nos brindan estos tres países al ser limítrofes de Argentina y estar comprendidos dentro del MERCOSUR.

En la siguientes tablas podremos observar los indicadores de los tres países analizados, y daremos una ponderación total basada en comparaciones entre los países. *Todas las tablas a continuación son de elaboración propia a partir de trabajo de campo.*

2.1.1 Tamaño del Mercado

PAÍS	POBLACIÓN	PONDERACIÓN
Uruguay	3.485.152	1
Paraguay	7.219.641	2
Brasil	213.993.441	5

Debido al hecho de que los 3 países cuentan con extensiones dispares, hemos optado por otorgarle a este indicador la ponderación más baja, ya que no creemos que sea determinante para la selección del mercado óptimo.

2.1.2 Tasa de Crecimiento del Mercado

PAÍS	PBI per cápita en U\$S	PONDERACIÓN
Uruguay	17.020,6	5
Paraguay	5.400,1	2
Brasil	7.518,8	3

Para ponderar este indicador tuvimos en cuenta el PBI per cápita en U\$S; el mismo es importante para determinar cuál es el capital con el que cuentan los diferentes estados para adquirir nuestro producto.

2.1.3 Acuerdos Bilaterales

PAÍS	ACUERDOS BILATERALES	PONDERACIÓN
Uruguay	26	2
Paraguay	26	2
Brasil	48	4

Mediante acuerdos comerciales dos o más países para acuerdan la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios. Las tres naciones escogidas poseen acuerdos comerciales bilaterales con Argentina.

2.1.4 Nicho de Mercado

PAÍS	IMPORTACIONES	PONDERACIÓN
Uruguay	39,51	2
Paraguay	37,53	1
Brasil	816,76	9

Para realizar esta ponderación se han tenido en cuenta las importaciones acumuladas durante los últimos 3 años. Los valores de las importaciones son en mil millones de dólares.

2.1.5 Regulaciones Legales

PAÍS	REGULACIONES	PONDERACIÓN
Uruguay	25,3	3
Paraguay	35,3	5
Brasil	19,1	2

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

2.1.6 Riesgo País

PAÍS	RIESGO PAÍS	PONDERACIÓN
Uruguay	A4	6
Paraguay	B	3
Brasil	B	3

A través del estudio de este indicador es posible determinar la confianza y seguridad que generan estos países al mundo en cuánto a negocios. Uruguay se encuentra en el nivel A4 que significa “razonable”, mientras que Paraguay y Brasil comparten el nivel B equivalente a “más o menos/levemente alto”.

2.1.7 Barreras de Entrada

PAÍS	BARRERAS	PONDERACIÓN
Uruguay	7	7
Paraguay	9	9
Brasil	4	4

En lo que respecta a tarifas aduaneras:

*Los 3 países forman parte del MERCOSUR, por lo cual, existen acuerdos para preferencias arancelarias → el derecho de exportación es de 0%.

*En todos los países analizados se aplica la tarifa de nación más favorecida (MFN por sus siglas en inglés) siendo de 20% en Uruguay y Brasil; y de 8% en Paraguay.

*Además, para el ingreso a Paraguay y Brasil debemos considerar una tarifa de preferencia regional correspondiente a ALADI correspondiendo 7.36% al primer país mencionado y 16% al segundo.

En cuanto a requisitos de importación aplicados a este producto:

Uruguay → debemos considerar dos medidas, a saber:

*B310 – Requisitos de etiquetado.

*B700 – Requisito de calidad, seguridad o rendimiento del producto.

Paraguay → debemos considerar:

*F700 – Impuestos y cargas internos que gravan las importaciones.

Brasil → debemos tener en cuenta, en total, 12 medidas relacionadas con:

*A420 – Prácticas higiénicas durante la producción.

*A830 – Requisito de certificación.

*B220 – Uso restringido de ciertas sustancias. (2)

*B310 – Requisitos de etiquetado.

*B830 – Requisito de certificación.

*C400 – Medidas de seguimiento, vigilancia y licencias automáticas de las importaciones.

*E100 – Procedimientos de licencias de importación no automáticas. (3)

*E111 – Procedimiento de concesión de licencias sin criterios ex ante específicos.

*E621 – Asignación global.

Teniendo todos estos datos en consideración, ponderamos.

2.1.8 Distancia geográfica y/o cultural:

PAÍS	DISTANCIA EN KM	PONDERACIÓN
Uruguay	603	10
Paraguay	1031,5	7
Brasil	2780,8	3

Debido a la proximidad cultural entre los países analizados y Argentina, hemos decidido calcular este indicador en base a la distancia entre Rosario y las capitales de cada uno de dichos países estudiados, en este caso: Montevideo, Asunción y Brasilia. Aquí, los kilómetros de distancia serán determinantes para el costo logístico de exportación.

2.1.9 Tabla de Ponderación

INDICADOR	VALORACIÓN			PONDERACIÓN
	Uruguay	Paraguay	Brasil	
Tamaño del mercado	1	2	5	8
Tasa de crecimiento del mercado	5	2	3	10
Acuerdos bilaterales	2	2	4	8
Nicho de mercado	2	1	9	12
Regulaciones legales	3	5	2	10
Riesgo país	6	3	3	12
Barreras de entrada	7	9	4	20
Distancia geográfica y/o cultural	10	7	3	20
TOTAL	36	31	33	100

2.2 Conclusión

Luego de analizar toda la información que ha sido detallada en el informe y de haber realizado la ponderación de los 3 mercados seleccionados, podemos observar que los 3 países se encuentran en similar nivel como potenciales países de destino. Esto se debe a que presentan características muy dispares; se puede apreciar como en algunas obtienen una gran ventaja, pero en otras se encuentran muy debajo. Lo que podría indicarnos que los tres mercados son aptos para que la empresa comience con su internacionalización.

Sin embargo, podemos concluir que Uruguay es el destino más interesante de todos para apuntar los esfuerzos exportadores de la empresa ya que éste obtuvo un puntaje de 36 sobre 100.

3.1 Informe Uruguay

3.1.1 Datos Generales

La República Oriental del Uruguay se encuentra posicionada sobre la costa Atlántica de América del Sur. Entre Brasil al Noreste (estado de Río Grande del Sur) y la Argentina al Oeste (provincias de Entre Ríos y Corrientes). Al norte hasta la latitud 30° 5' Sur, al sur hasta la latitud 34° 58' Sur. Al este hasta la longitud 53° 12' Oeste y al oeste hasta la longitud 58° 43' 40" Oeste. Tiene costas en el océano Atlántico al sureste y sobre el Río de la Plata hacia el sur.



Figura 5: mapa de Uruguay.

Tiene una superficie de 176.215 km² y una población de 3.485.152 habitantes.

El idioma oficial es el español. Sin embargo, se manifiestan formas de hablar heterogéneas en cuanto al acento y las formas gramaticales, entre los hablantes de la capital y de los distintos departamentos del país. En el centro-sur es extendido el uso del “vos” (influencia argentina), mientras que en los restantes departamentos es más generalizado el “tú”. En los departamentos de Rivera y Artigas, zonas de la frontera con Brasil, es notoria la influencia del portugués, al punto que hay hablantes bilingües y a la fusión entre ambos idiomas se la conoce como un nuevo dialecto: el “portuñol”.

El peso uruguayo, es la moneda de curso legal de la República Oriental del Uruguay y su conversión es la siguiente (10/11/2022):

$$1 \text{ UYU} = 0,024921319 \text{ USD}$$

$$1 \text{ USD} = 40,1263 \text{ UYU}$$

$$1 \text{ UYU} = 3,99769 \text{ ARS}$$

1 ARS = 0,2501446 UYU

Principales ciudades

**Montevideo*: La capital del Uruguay, está situada a orillas del Río de la Plata. Posee una superficie de 530 kilómetros cuadrados y una población de 1.330.405 habitantes. Es la capital más austral de América, como puerta del Río de la Plata y acceso a los ríos interiores Uruguay, Paraná y Paraguay, se consolidó como bastión militar en la frontera en disputa entre España y Portugal.

**Punta del Este (Maldonado)*: ciudad balnearia del Uruguay, ubicada en el departamento de Maldonado. Uno de los centros turísticos más importante de Sudamérica, cuenta con un aeropuerto internacional y un puerto de yates que puede albergar 500 embarcaciones. Se puede acceder a Punta del Este por diferentes medios de transporte, sea terrestre, aéreo o por vía marítima.

**Salto*: Se ubica a 498 Km. de la ciudad de Montevideo (por rutas 1 y 3) sobre la margen oriental del Río Uruguay, tiene fuerte vínculo con ella, existiendo conexión carretera y ferroviaria a través de la Represa Salto Grande. Económicamente, es el centro de la región de producción citrícola del país.

Transporte carretero – Principales pasos fronterizos

Uruguay es un nodo de comunicaciones terrestres, fluviales y marítimas entre los países que integran el MERCOSUR, especialmente Argentina, Paraguay y Brasil.

Sin embargo; la relación comercial de Uruguay con Argentina, la corta distancia entre dichos países, la concentración de la población en su capital (Montevideo) y una red ferroviaria de bajo uso, hacen que el flujo de comercio intrazona se realice principalmente mediante el **sistema carretero**. Por este motivo existe una red carretera que une a Montevideo con las principales ciudades de la región. Tres puentes sobre el Río Uruguay comunican al país con Argentina en las ciudades de Salto, Paysandú y Fray Bentos, La red de transporte terrestre en Uruguay cuenta con 9.000 kilómetros de carreteras, que se distribuyen en los 176.000 km² de territorio.

Por los motivos mencionados, analizaremos la logística únicamente desde la perspectiva del transporte terrestre.

Principales pasos internacionales Argentina – Uruguay:

*Colón (Entre Ríos, AR) – Paysandú (UY): por puente internacional Gral. José Gervasio Artigas.

*Concordia (Entre Ríos, AR) – Salto (UY): por puente Represa Hidroeléctrica Salto Grande.

*Gualeguaychú (Entre Ríos, AR) – Fray Bentos (UY): por puente Internacional Gral. San Martín.

PBI (US\$ a precios actuales):

Según datos del Banco Mundial, el PBI de Uruguay para el año 2021 (año más reciente) ha sido de 59.319.547,64 (miles) lo que ha implicado un crecimiento interanual del 4,4%. Se puede observar en el siguiente gráfico la variación del PBI en valores, en los últimos 6 años:

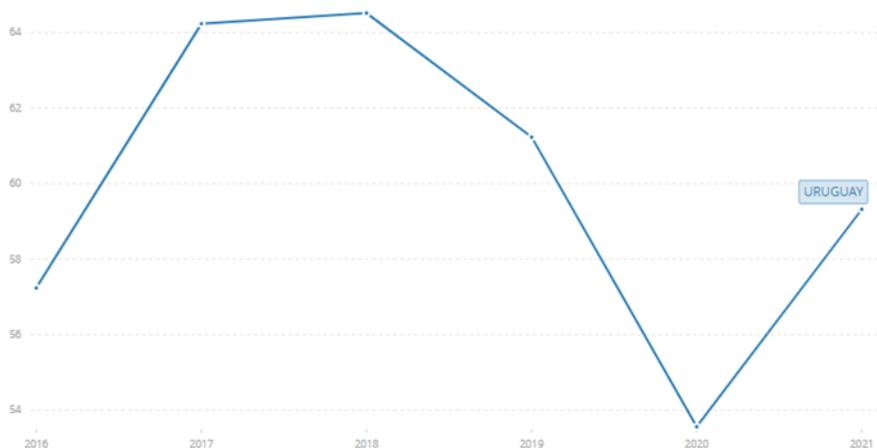


Figura 6: variación del PBI de Uruguay, en valores, en los últimos años. Imagen extraída de la página de datos del Banco Mundial.

PBI per cápita (US\$ a precios actuales):

Asimismo, según datos del Banco Mundial, el PBI per cápita de Uruguay para el año 2021 (más reciente) fue de 17.020,6, lo que representó un crecimiento interanual

del 4%. En el siguiente gráfico se puede observar la variación del PBI per cápita en valores, de los últimos 6 años:



Figura 7: variación del PBI per cápita en Uruguay, en valores, de los últimos 6 años. Imagen extraída de la página de datos del Banco Mundial.

3.1.2 Características del Mercado. Estructura Económica

Uruguay se destaca en América Latina por ser una sociedad igualitaria, por su alto ingreso per cápita y por sus bajos niveles de desigualdad y pobreza. En términos relativos, su clase media es la más grande de América, y representa más del 60% de su población.

La economía de Uruguay creció un 4,4% en 2021, luego de una caída del 6,1% el año anterior debido a la pandemia de COVID-19. Para el 2022, se espera que crezca un 4,8% impulsado principalmente por la apertura de fronteras al turismo extranjero del verano pasado y un aumento en producción agrícola. Para 2023 se espera un crecimiento del 2,7%. Esta desaceleración será impulsada por un menor crecimiento en los principales socios del Mercosur, la ralentización económica mundial, el endurecimiento de la política monetaria y la finalización de inversiones extraordinarias relacionadas con una nueva planta de celulosa por US\$3 mil millones, además de obras públicas complementarias.

A su vez, Uruguay enfrenta retos para incorporar a las mujeres a la actividad económica y transformar la educación y las instituciones laborales para aprovechar

productivamente el cambio tecnológico, además de para impulsar la inversión en infraestructura e integración en cadenas globales de valor. Finalmente, a pesar de que la incidencia de la pobreza en Uruguay se mantiene relativamente baja en la comparación regional, aún persisten importantes disparidades en términos de edad, sexo, región y ascendencia, que podrían haberse profundizado con la pandemia.

El fuerte desempeño institucional en otras áreas, tales como la confianza en el gobierno, la escasa corrupción y un enfoque político basado en consensos, así como un gran compromiso para fortalecer los arreglos institucionales, le da al país una base firme sobre la cual continuar renovando su contrato social y establecer políticas para atacar las limitaciones actuales.

La principal industria es la alimenticia, seguida por la fabricación de madera y productos de madera, papel y productos del papel, y la industria química.

Los servicios de telecomunicaciones, energía y agua se encuentran disponibles sin restricciones en todo el país, con muy buenos niveles tecnológicos.

Inflación, precios al consumidor (% anual):

El total acumulado de inflación de Uruguay para el año 2021 fue de 7,7%. En el siguiente gráfico se puede observar la variación de la inflación de los últimos 6 años (2016-2021). Dentro de este período, tuvo su punto más bajo en el año 2017, que fue de 6,2% y luego fue subiendo hasta alcanzar su punto máximo en el año 2020 obteniendo una inflación de 9,8%, luego de ese año se logró una reducción notable.

La inflación acumulada para el año 2022 es de 8,7%.

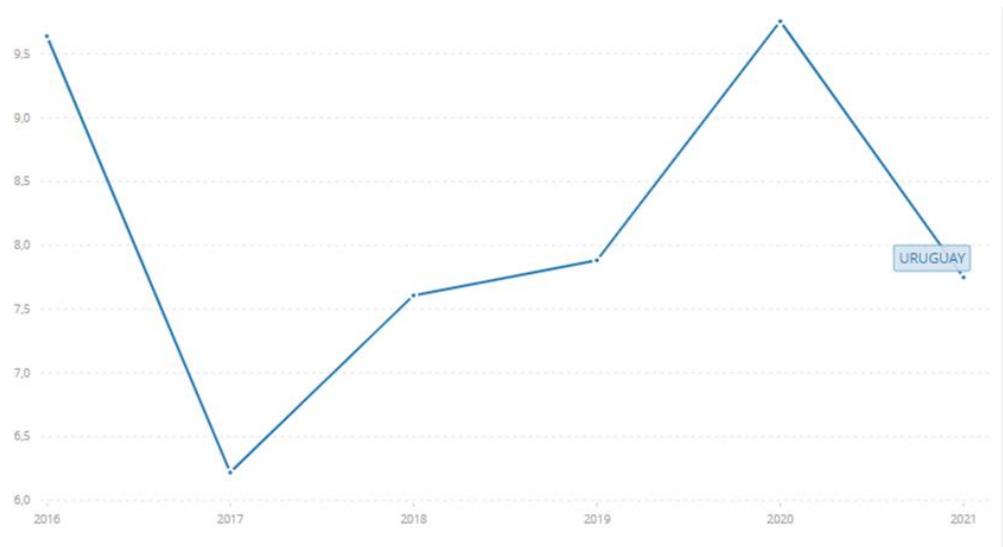


Figura 8: variación porcentual de la inflación de Uruguay de los últimos 6 años. Imagen extraída de la página de datos del Banco Mundial.

Riesgo país

Actualmente, Uruguay registra 122 puntos de riesgo país. Este indicador nos permite detectar el riesgo que tiene un país frente a las operaciones financieras internacionales. Afecta sobre la inversión extranjera directa.

En el siguiente gráfico, extraído de la página oficial de COFACE, se valoran a los países en una escala según su riesgo país y, se puede apreciar a Uruguay dentro del nivel A4, equivalente a un escalón razonable.

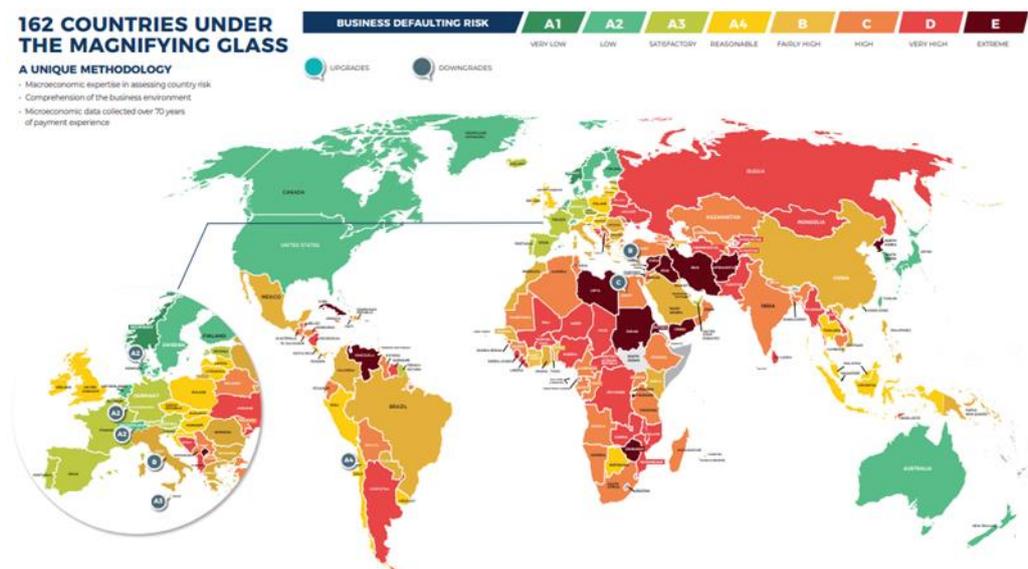


Figura 9: gráfico extraído de la página oficial de COFACE. Escala de países según su riesgo país.

Política de comercio exterior

La de Uruguay fue una de las primeras economías de América Latina que evolucionó hacia un comercio internacional abierto y sin restricciones. El régimen de comercio e inversión del Uruguay es abierto con pocas restricciones en frontera y un uso limitado de medidas no arancelarias. La principal estrategia de comercio del Uruguay es seguir liberalizando el comercio y la inversión, tanto a nivel multilateral como regional. Al ser una economía pequeña y abierta, el Uruguay requiere mercados libres de restricciones y distorsiones al comercio, especialmente en el sector agrícola, el cual genera la mayor parte de sus exportaciones. En el área de la inversión, el Uruguay está buscando activamente mejorar su entorno de negocios para continuar atrayendo inversión extranjera directa y así apoyar el crecimiento económico, el empleo y fomentar la transferencia de tecnología.

Importaciones/Exportaciones

Acorde a los datos acumulados en el año:

*valores corrientes en miles de dólares

En el año 2022 las exportaciones FOB de Uruguay han registrado un valor de 9.205.768US\$ constituidas principalmente por productos correspondientes a la agricultura, ganadería y silvicultura como, por ejemplo: trigo, soja, productos de árboles frutales, madera y otros productos de la silvicultura; también, se destacaron las exportaciones de carnes y productos del procesamiento y conservación de carne, productos de la elaboración y conservación de pescado, productos lácteos, arroz, cacao, chocolate, bebidas malteadas, entre otros.

Por otra parte, las importaciones FOB se contabilizaron por 8.882.034US\$ y estuvieron destinadas principalmente a productos de consumo como alimentos y bebidas para los hogares, automotores y otros de transporte; y también a productos de capital intermedios, por ejemplo: petróleo y destilados, intermedios sin petróleo, destilados y energía eléctrica, alimentos y bebidas para la industria, piezas y accesorios de transporte, y otros insumos intermedios.

Esto dio como resultado un saldo positivo en la balanza comercial de Uruguay de 323.735US\$.

Comercio bilateral de bienes Argentina – Uruguay

En el período de enero a junio del año 2022 las exportaciones de Argentina a Uruguay fueron de 654,6 millones de dólares; y las importaciones de Argentina provenientes de Uruguay fueron de 685,9 millones de dólares.

Los siguientes cuadros permitirán ver los principales productos argentinos exportados a Uruguay, y aquellos importados desde este último país, en el año 2021. También se muestran los valores de dichas transacciones en millones de dólares y la participación parcial en porcentajes de estos países respecto al mundo:

PRINCIPALES PRODUCTOS ARGENTINOS EXPORTADOS A URUGUAY, AÑO 2021			
Productos*	Millones US\$ FOB	Part. % sobre el total	
		Exportado por Argentina	
		a URUGUAY	al mundo
Productos farmacéuticos	139,5	10,5%	16,0%
Plástico y sus manufacturas	106,8	8,0%	10,3%
Productos diversos de las industrias químicas	87,8	6,6%	3,6%
Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	81,3	6,1%	0,7%
Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres; sus partes y accesorios	73,3	5,5%	1,1%
Subtotal (5 productos)	488,8	36,6%	-
Exportaciones totales	1.334,3	100,0%	1,7%

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS DESDE URUGUAY, AÑO 2021			
Productos*	Millones US\$ CIF	Part. % sobre el total	
		Importado por Argentina	
		de URUGUAY	del mundo
Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	91,9	17,0%	1,6%
Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos)	90,5	16,7%	51,5%
Plástico y sus manufacturas	60,5	11,2%	2,0%
Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos	45,9	8,5%	0,7%
Productos farmacéuticos	30,7	5,7%	0,9%
Subtotal (5 productos)	319,5	59,1%	-
Importaciones totales	540,9	100,0%	0,9%

Tabla 4: extraída de la página de Argentina Trade Net.

3.1.3 Productos Oferta Exportable de la Empresa

Como se ha mencionado en las fases anteriores, nuestros productos seleccionados son los hornos eléctricos de 60 litros, digitales, en acero inoxidable. Para

relevar las estadísticas presentes en esta sección utilizaremos la posición arancelaria de tan sólo 6 dígitos (HS – Harmonized System – nivel internacional).

Posición arancelaria: 8516.60

Régimen arancelario:

*Derechos NMF (Nación Más Favorecida) aplicados: 20%

*Arancel preferencial para los países del MERCOSUR: 0%

Requisitos de importación:

*B310 – *Requisito de etiquetado de eficiencia energética de conformidad con la Norma UNIT: Decreto N° 429 de 22/IX/09. Ministerio de Industria, Energía y Minería.*

*B700 – *Requisito de calidad, seguridad o rendimiento del producto: Resolución N° 131 de 20/VIII/09. Unidad Reguladora de Servicios de Energía y Agua. Modificada por Resolución N° 194/10 y Resolución N° 9/016. Los certificados de Evaluación de la Conformidad de estos productos serán otorgados por un Organismo de Certificación, acreditado ante el Organismo Uruguayo de Acreditación.*

Tratamiento administrativo para las importaciones

El importador es quien se encarga de llevar adelante este proceso; aun así, es importante comprender sus etapas:

*Las operaciones de introducción de mercancías deben gestionarse a través del Documento Único Aduanero -DUA junto con la liquidación tributaria por el monto correspondiente a la Dirección Nacional de Aduanas (DNA).

*Todos los importadores (así como los exportadores y todos los demás operadores de negocios) deben inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes.

*El valor en aduana se determina de conformidad con el Acuerdo sobre Valoración en Aduana de la OMC.

*Se distinguen las siguientes normas de origen preferenciales: el régimen general de normas de origen de ALADI, las normas de origen específicas de los

Acuerdos de Alcance Parcial de ALADI, y el régimen de normas de origen de MERCOSUR. No existen normas de origen no preferenciales.

*Clasificación de las mercancías que serán importadas de acuerdo con la Nomenclatura Común Mercosur;

*Conocimiento de embarque

*Factura comercial

*Cumplimiento aduanero

*Licencia de importación (en los casos que se requiera);

*Embarque de las mercancías en el país de origen;

*Emisión de los documentos internacionales y realización de desaduanamiento;

*Contratación del cambio;

*Pago de tributos;

*Liberación de la carga en Uruguay

Como paso inicial, la empresa extranjera que desee ingresar al mercado uruguayo deberá hacer los contactos preliminares con el importador en dicho país a fin de acordar los términos de la operación de venta. En esta etapa de la negociación, el exportador extranjero debe enviar la Factura Pro-Forma con todas las informaciones comerciales y financieras referentes a la operación. El documento contiene la identificación del importador y del exportador, la descripción de la mercadería, el país de origen, el precio unitario, el valor total, el plazo de validez, peso neto y total, los puertos o aeropuertos donde se realizará el embarque y desembarque de la mercadería, y la forma de pago (transferencia, cobranza o carta de crédito).

Asimismo, antes del embarque de las mercaderías, se deberán definir:

*Condiciones de Venta Internacional definiendo la sigla de los Incoterms.

*Modalidad de pago acordada con el cliente de Uruguay.

Acuerdos Comerciales

Uruguay tiene acuerdos comerciales vigentes con 18 países. Además del MERCOSUR (acuerdo con Argentina, Brasil y Paraguay), tiene 11 acuerdos suscritos en conjunto por el MERCOSUR.

Acuerdos suscritos por Uruguay

- *Mercosur (ACE 18).
- *TLC México – Uruguay (ACE 60).
- *Uruguay – Venezuela (ACE 63).
- *Uruguay – Chile (ACE 73).
- *Uruguay – Brasil (ACE 2 – Automotriz / ZZFF).
- *Uruguay – Argentina (ACE 57 – Automotriz).

Zonas Francas

La ley N° 15.921 - sancionada el 17 de diciembre de 1987 - establece que las zonas francas son áreas aisladas del territorio uruguayo, donde se estimula la actividad económica a través de una normativa particular. Actualmente existen 12 ZZ.FF. en Uruguay: Nueva Palmira, Fray Bentos (UPM), Libertad, Punta Pereira (Montes del Plata), Colonia, Colonia Suiza, Floridasur, Rivera, Zonamérica, WTC Free Zone, Parque de las Ciencias y Aguada Park.

Las Zonas Francas forman parte de un conjunto de políticas que tienen como principal objetivo el incentivo a la inversión en Uruguay entre las que se encuentran la Ley de Promoción y Protección de Inversiones, regímenes de Puerto Libre y Aeropuerto Libre, la Ley de Participación Público - Privada (PPP), la Ley de Parques Industriales, entre otras.

En el artículo 1° de la Ley N° 15.921 se detallan como objetivos: “...promover inversiones, expandir las exportaciones, incrementar la utilización de mano de obra nacional e incentivar la integración económica internacional”.

Las Zonas Francas pueden ser explotadas por el Estado o particulares, debidamente autorizados. Las privadas son administradas por particulares y autorizadas por el gobierno, que las supervisa y controla a través del Área de Zonas Francas de la Dirección General de Comercio².

3.1.4 Logística y Servicios

Como se ha mencionado anteriormente, la mejor opción para realizar esta exportación es a través del transporte terrestre.

Un camión completo seco (no refrigerado) desde la ciudad de Rosario, con destino a Montevideo (603km), tiene un costo de USD 2000/2500 aproximadamente.

Paletización

El embalaje nuestro producto tiene las siguientes medidas:

- Largo: 45,5cm.
- Ancho: 63,5cm.
- Alto: 41cm.

Su peso es de 11kg.

Medidas del pallet americano (universal):

- Largo: 100cm.
- Ancho: 120cm.
- Alto: 15cm.

Su peso es de 20kg.

Teniendo estos datos en consideración realizamos la paletización quedando de la siguiente manera: 12 cajas por pallet, con un peso de 152kg en total.

3.1.5 Competencia

Nacional. Principales competidores

- TAS – EME S.A.

<https://tas-eme.com.ar/wp/>

ventas@tas-eme.com.ar

Dirección: Chubut 3247 – Lanús Oeste. Buenos Aires, Argentina

- Whirlpool Argentina S.A.

<https://www.whirlpool.com.ar/>

contacto@whirlpoolstore.com.ar

Dirección: Av. Crovara 2550 - La Tablada. Buenos Aires, Argentina

- Hector Codini S.A.

<https://www.codini.com.ar/>

atencionalcliente@codini.com.ar

Dirección: Av. Urquiza 55, San Francisco, Córdoba, Argentina.

- Frimetal S.A.

<https://www.frimetal.es/>

com@frimetal.es

Av. José Batlle y Ordóñez 3436, Rosario, Santa Fe, Argentina.

En Uruguay. Principales competidores

- Beko Uruguay.

<https://www.beko.com/uy-es>

Dirección: Canelones 1977, Montevideo, Uruguay.

- FYMELCO S.A.

<https://fymelco.com.uy/>

info@fymelco.com.uy

Dirección: Hervidero 2870, Montevideo, Uruguay.

- DELNE.

<https://www.delne.com.uy/>

Dirección: Juan Jacobo Rousseau 4775, Montevideo, Uruguay.

- Nario Hogar.

<https://www.nariohogar.com.uy/>

info@nariohogar.com.uy

Dirección: Garibaldi 2496, Montevideo, Uruguay.

3.1.6 Canales de Distribución

Etapas en la comercialización

* La etapa mayorista, integrada por importadores y distribuidores - frecuentemente son las mismas firmas-.

* La etapa minorista. Desde hace varios años se han consolidado ciertas modalidades de comercialización minorista, desplazando a las tradicionales. Entre estas modalidades en expansión se encuentran:

- Cadenas de supermercados: donde se pueden encontrar electrodomésticos para el hogar seleccionados.

- Shopping Center: también se pueden encontrar artículos para el hogar de todo tipo, incluido equipamientos de cocina.

Asimismo, continúa vigente y en constante desarrollo los sistemas de venta directa, y telemarketing.

Por las características del Uruguay se pueden distinguir dos mercados diferenciados:

* Montevideo, con más del 40% de la población nacional, es un mercado concentrado geográficamente y con un nivel adquisitivo promedio mayor al del resto del país. Los estratos de consumidores de ingresos medios y altos están relativamente más representados en la capital que en el Interior del país.

* Interior del país. Es un mercado disperso y con un nivel adquisitivo promedio menor. Sin embargo, existen algunas localizaciones del Interior que, por su población y sus niveles de ingresos, pueden constituir un mercado atractivo, entre otras:

-Departamento de Canelones, en particular la zona de influencia de Montevideo (Costa de Oro, Las Piedras, Pando, etc.).

-Departamento de Maldonado (ciudades de Punta del Este, Piriápolis, Maldonado, etc.). -Departamento de Colonia.

-Departamento de Paysandú.

-Departamento de Salto.

Algunas redes de comercialización se extienden a todo el país o a las zonas más densamente pobladas. Otras, en cambio, se concentran sólo en Montevideo.

Prácticas comerciales

Para efectuar el pago de las mercaderías, la ley uruguaya ofrece una triple opción al importador:

- * comprar sus divisas en plaza;
- * recurrir a fondos que tenga radicados en el exterior;
- * utilizar el crédito que pueda obtener a esos efectos.

En los últimos dos casos el Poder Ejecutivo podrá disponer de las limitaciones que estime convenientes.

El régimen de importación se opera con un solo tipo de cambio (dólar comercial tipo vendedor) comunicado por el Banco Central.

La casi totalidad de las operaciones comerciales adopta alguna de las siguientes formas de pago:

- a. *Carta de crédito, irrevocable y a la vista.* Opera mediante un banco en cada país. El comprador la abre en un banco local a favor del vendedor en un banco corresponsal en el país de este último, estableciendo las exigencias para su pago efectivo, así como sus plazos.
- b. *Cobranza.* Es muy semejante a un giro bancario. Opera contra una confirmación de embarque o contra una entrega documentada.
- c. *Giro bancario.* Depende de lo que acuerden las partes.

La mayor parte de las operaciones de intercambio comercial entre Uruguay y los otros países de la región se abonan a través de la "Carta de crédito irrevocable y a la vista". Es muy similar a un giro bancario. En este caso el importador paga contra la mercadería recibida. Previo a la llegada de la mercadería el importador establece las discrepancias ante el Banco que abonará al exportador argentino. Si al llegar la mercadería el importador la acepta debe levantar las discrepancias en el Banco para que el mismo le pague al exportador argentino o de otro origen.

3.2 Informe Paraguay

3.2.1 Datos Generales

La República del Paraguay, situada en el Hemisferio Sur del Continente Americano, está comprendida entre los paralelos 19° 18' y 27° 3' de latitud Sur y entre los meridianos 54° 15' y 62° 38' Oeste de Greenwich. El trópico de Capricornio pasa casi exactamente sobre la parte media de su territorio. Sus límites son: Al Norte, Brasil y Bolivia, al Este, Brasil y Argentina, al Sur, Argentina y al Oeste Bolivia y Argentina.



Figura 10: mapa de Paraguay.

Cuenta con una superficie de 406 752 km² (es el quinto país más pequeño de América del Sur) y con una de población de 7.219.641 habitantes (2021).

Los idiomas predominantes son el español y el guaraní.

El guaraní es la moneda de curso legal actual del Paraguay y su conversión es la siguiente (11/11/2022):

$$1 \text{ PYG} = 0,0001404198 \text{ USD}$$

$$1 \text{ USD} = 7121,50 \text{ PYG}$$

$$1 \text{ PYG} = 0.022512287 \text{ ARS}$$

$$1 \text{ ARS} = 44,4202 \text{ PYG}$$

Principales ciudades

Las ciudades más importantes de Paraguay a nivel comercial son:

**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

40

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 Pettrossi y el Parque Ñu Guazu, además de ser sede del Comité Olímpico Paraguayo y de la CONMEBOL, el cuerpo gobernante de fútbol en Sudamérica. De hecho, aquí se encuentra el cuarto estadio más grande del país, el Estadio Feliciano Cáceres. Además, Luque está considerada ciudad de la música y el arte.

**San Lorenzo:* La cuarta ciudad más poblada de Paraguay es San Lorenzo, que 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 encontramos Capiatá, la única 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.

Transporte terrestre – Principales pasos fronterizos

Al igual que con Uruguay, analizaremos únicamente el transporte terrestre debido a la cercanía geográfica que presenta el país bajo análisis con respecto a Argentina:

**Clorinda (Formosa, AR) – Puerto José Falcón (PY):* por puente Internacional San Ignacio de Loyola.

*Misión La Paz (Salta, AR) – Pozo Hondo (PY).

*Posadas (Misiones, AR) – Encarnación (PY).

PBI (US\$ a precios actuales):

Según datos del Banco Mundial, el PBI de Paraguay para el año 2021 (año más reciente) ha sido de 38.986.810,99 (miles) lo que ha implicado un crecimiento interanual del 4,2%. Se puede observar en el siguiente gráfico la variación del PBI, en valores, en los últimos 6 años:

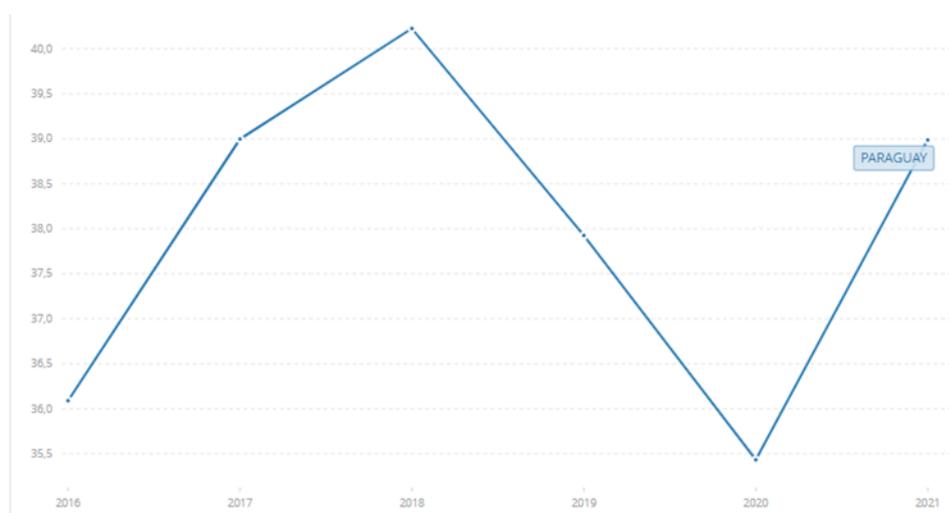


Figura 11: variación del PBI de Paraguay, en valor, en los últimos 6 años. Imagen extraída de la página de datos del Banco Mundial.

PBI per cápita (US\$ a precios actuales):

Asimismo, según datos del Banco Mundial, el PBI per cápita de Paraguay para el año 2021 (más reciente) fue de 5400,1, lo que representó un crecimiento interanual del 2,9%. En el siguiente gráfico se puede observar la variación del PBI per cápita en valores, de los últimos 6 años:

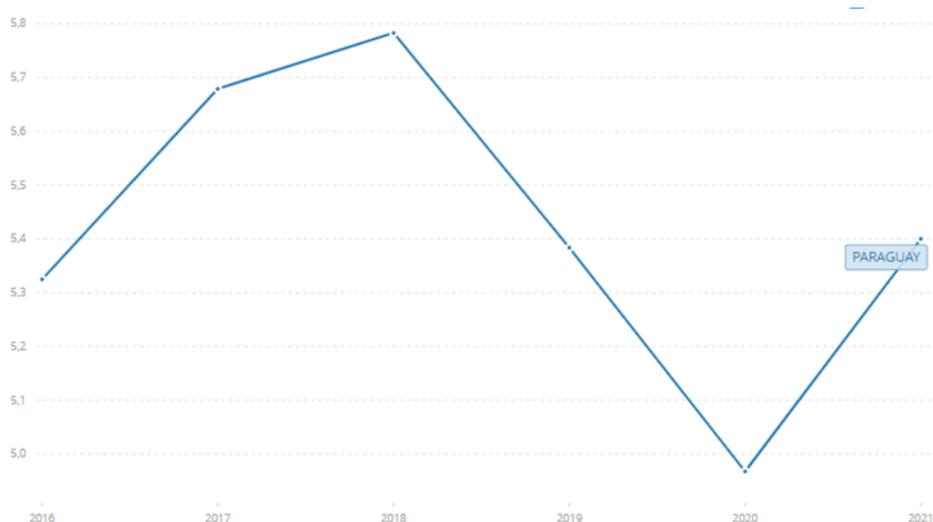


Figura 12: variación del PBI per cápita de Paraguay, en valores, de los últimos 6 años. Imagen extraída de la página de datos del Banco Mundial.

3.2.2 Características del Mercado. Estructura Económica

El Paraguay es un país altamente dependiente del sector primario, se estima que un 11% del PIB será generado por dicho sector, siendo 8,4% la participación de la agricultura y 2,1% la de la ganadería. Otros sectores relevantes son también los servicios.

El hecho de que la economía del país dependa en gran manera del sector primario implica que se encuentra altamente condicionado por el clima. Este hecho hace que los ingresos del país puedan presentar grandes fluctuaciones de un año a otro, a pesar de posibles mejoras en productividad por la aplicación de nuevas tecnologías.

A pesar de que la economía paraguaya y su PIB dependen altamente del sector primario, el mismo no contribuye de igual manera con la generación de empleo. El sector primario absorbe solamente al 20,1% de la población ocupada, según los últimos datos disponibles de la Encuesta Permanente de Hogares – EPH correspondientes al 2015, mientras que el sector terciario y el secundario involucran al 60,9% y 19% respectivamente. Esta situación implica que uno de los sectores que genera mayores recursos para el país no puede redistribuir los mismos hacia una mayor proporción de

la población paraguaya por medio del empleo, lo que limita su aporte a la reducción de la pobreza.

El sector industrial paraguayo se encuentra medianamente desarrollado, y se basa principalmente en el procesamiento de bienes agrícolas y ganaderos. Las principales exportaciones de Paraguay son Soja (\$2,15MM), Electricidad (\$1,73MM), Harina de soja (\$684M), Carne bovina congelada (\$592M), y Carne bovina (\$527MM).

Inflación y riesgo país

La inflación del mes de octubre del año 2022, medida por la variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC), fue del 8,1% 1,2 puntos inferior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del 0,4%, de forma que la inflación acumulada en 2022 es del 7,5%.

Paraguay tiene un crecimiento económico reciente con respecto a los países de la región además del importante nivel de las inversiones en infraestructura. Además, la importante credibilidad de la política monetaria y la prudencia fiscal que mantiene a la deuda pública como una de las más bajas de la región.

Se ha destacado también en los últimos años por mantener un escenario macroeconómico estable, pese al escenario desfavorable que han atravesado los principales socios comerciales de la región, además de conseguir la apertura de relevantes mercados para exportación de principales productos nacionales, así como la instalación en el país de numerosas empresas maquiladoras que han generado empleo a miles de trabajadores.

Según datos administrados por el COFACE, en cuánto al riesgo país, Paraguay se encuentra en un nivel B, equivalente a “más o menos/levemente alto”.

Política de Comercio Exterior

Paraguay ha trabajado los últimos años para crear organismos que apoyen a los exportadores, buscando ganar prestigio en un escenario mundial cada vez más desafiante. Pero todavía falta mucho por hacer.

Los requisitos documentales, los costos de transporte elevados y la oferta que a menudo se reduce a unos pocos productos en áreas específicas pueden ser factores que terminan desalentado, especialmente a los emprendedores. Esto obliga al Gobierno y a los actores del sector a redoblar esfuerzos, en una coyuntura postpandemia en la que los capitales transnacionales buscan seguir siendo rentables.

Hace falta una estrategia más activa para atraer inversiones, aumentando la transparencia de los organismos estatales -donde trámites excesivos pueden alentar la corrupción- y creando incentivos más eficaces. Por su parte, el tratado de libre comercio entre el Mercosur y la Unión Europea abrirá mercados para Paraguay y fijará reglas precisas vinculadas a las buenas prácticas y sostenibilidad, un punto a favor para los potenciales exportadores innovadores.

Importaciones/Exportaciones

En 2021, las exportaciones totales paraguayas alcanzaron los US\$ 13.979,1 millones, un 21,6% superior al año anterior. Los principales destinos de las exportaciones fueron Brasil (33,7%), Argentina (26,1%), Chile (9,4%), y resto del mundo (30,8%). En cuanto a las importaciones, en 2021 se registró un total de US\$ 13.037,5 millones, que representó un incremento del 29,9% con respecto al año anterior. Argentina es el tercer proveedor con una participación del 9,5% sobre el total importado por Paraguay, luego de China (29,7%) y Brasil (24,4%).

La balanza comercial en el año 2021 ha registrado un superávit de USD 941,6 millones, menor en USD 517,3 millones con respecto al registrado en el año anterior.

ORIGEN IMPORTACIONES 2021			DESTINO EXPORTACIONES 2021		
1	China	30,0%	1	Brasil	33,7%
2	Brasil	23,7%	2	Argentina	26,1%
3	Argentina	9,5%	3	Chile	9,4%
4	Estados Unidos	7,1%	4	Federación de Rusia	6,7%
5	India	3,3%	5	Estados Unidos	2,1%
ORIGENES IMPORTACIONES DESDE A. LATINA 2021			DESTINOS EXPORTACIONES HACIA A. LATINA 2021		
En millones de US\$			En millones de US\$		
1	Brasil	3.220,0	1	Brasil	3.553,8
2	Argentina *	1.284,2	2	Argentina *	2.752,1
3	México	175,0	3	Chile	989,3
4	Uruguay	136,0	4	Uruguay	171,4
5	Chile	117,1	5	Perú	170,1

Tabla 5: tabla extraída de la página de Argentina Trade Net.

En la tabla 5 podemos observar los principales orígenes de las importaciones de Paraguay, así como los principales destinos de sus exportaciones a nivel mundial y a nivel de América Latina, durante el año 2021. Argentina se encuentra dentro de los primeros 5 países que aparecen, con porcentajes y valores significativos.

Comercio bilateral Argentina – Uruguay

En 2021, las exportaciones argentinas a Paraguay alcanzaron los USD 861,7 millones, mostrando un incremento del 37,9% respecto al año anterior. Las importaciones argentinas desde Paraguay ascendieron a USD 2.752,1 millones, con un aumento del 37,9% respecto al año anterior. Como resultado, la balanza comercial ha arrojado un saldo negativo de USD 1.563,6 millones. Dicho resultado se explica principalmente por el crecimiento de las importaciones de soja paraguaya que ingresa a la Argentina bajo el Régimen de Admisión Temporal para ser procesada en el territorio nacional. El comercio total (importaciones + exportaciones) ha mostrado un incremento del 31,9% respecto al año anterior.

Aproximadamente el 70% de las exportaciones argentinas corresponde a productos con valor agregado tales como vehículos y autopartes, alimentos procesados, quesos, vinos, cerveza, medicamentos, productos químicos, productos de limpieza, tractores, cosechadoras, grifería, maquinaria, entre otros.

Se observa una escasa diversificación en las compras argentinas a Paraguay, las cuales están concentradas en productos del complejo sojero y energía eléctrica los cuales representan el 92,6 % del total importado por Argentina desde Paraguay.

3.2.3 Productos Oferta Exportable de la Empresa

Como se ha mencionado en las fases anteriores, nuestros productos seleccionados son los hornos eléctricos de 60 litros, digitales, en acero inoxidable. Para relevar las estadísticas presentes en esta sección utilizaremos la posición arancelaria de tan sólo 6 dígitos (HS – Harmonized System – nivel internacional).

Posición arancelaria: 8516.60

Régimen arancelario

*Derechos NMF (Nación Más Favorecida) aplicados: 8%

*Arancel preferencial para los países del MERCOSUR: 0%

*Preferencia arancelaria regional (ALADI: AR.PAR4) para Argentina: 7,36%

Requisitos de importación aplicados a este producto

*F700 – *Impuestos y cargas internos que gravan las importaciones: Decreto N° 6406 de 19/09/2005 y sus modificaciones. Ministro de Hacienda.*

Acceso al mercado paraguayo

Se halla en vigencia el sistema arancelario basado en la Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM).

- Arancel de Aduanas
- Derechos aumentados temporales
- Derechos reducidos temporales
- Impuestos Internos
- Impuesto a la Renta
- Impuesto a los Actos y Documentos
- Impuesto al Valor Agregado (IVA)
- Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)
- Impuesto a la Renta Agropecuaria (IRAGRO)

Otros:

- Tasa de Valoración
- Tasa portuaria
- Tasa por servicio de carga y descarga

Documentos requeridos para la importación

- Factura Comercial.
- Conocimiento de Embarque.
- Certificado de origen.
- Manifiesto de carga.

Acuerdos Comerciales

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

Acuerdos marco

-MERCOSUR - México (ACE N° 54) - Acuerdo marco

05 julio 2002

Vigencia: 05 enero 2006

Acuerdos comerciales preferenciales

-Colombia - Ecuador – MERCOSUR (AAP.CE N° 59)

18 octubre 2004

-MERCOSUR – India 25 enero 2004

Vigencia: 01 junio 2009

-MERCOSUR - México (ACE N° 55) - Acuerdo sobre el sector automotor

27 septiembre 2002

-México (AAP.R 38) 31 mayo 1993

Vigencia: 01 julio 1994

-Argentina (ACE N° 13) 06 noviembre 1992

Vigencia: 06 noviembre 1992

Acuerdo Argentina/Paraguay

Zonas Francas

Actualmente, Paraguay cuenta con dos zonas francas:

*Zona Franca Internacional.

*Zona Franca Global del Paraguay.

Ambas ubicadas en Ciudad del Este.

3.2.4 Logística y Servicios

Como se ha mencionado anteriormente, la mejor opción para realizar esta exportación es a través del transporte terrestre.

El costo del flete terrestre desde Rosario con destino Asunción, Paraguay es de USD 3000/3500 aproximadamente; con un tiempo de tránsito aproximado de 5 días.

Tiempo de tránsito: 5 días

Paletización

El embalaje nuestro producto tiene las siguientes medidas:

- Largo: 45,5cm.
- Ancho: 63,5cm.
- Alto: 41cm.

Su peso es de 11kg.

Medidas del pallet americano (universal):

- Largo: 100cm.
- Ancho: 120cm.
- Alto: 15cm.

Su peso es de 20kg.

Teniendo estos datos en consideración realizamos la paletización quedando de la siguiente manera: 12 cajas por pallet, con un peso de 152kg en total.

3.2.5 Comercialización

Canales de Distribución

No existen normas limitativas. Se opera con firmas representantes, importadores en general, empresas y/o personas inscriptas como importadores, importador casual, que comercializan los productos al por mayor y menor a través de distribuidores y/o ventas directas al consumidor final.

Las relaciones contractuales entre firmas extranjeras y representantes o distribuidores locales se rigen por la Ley 194/93.

Las partes pueden reglar libremente sus derechos mediante contratos, pero sin que en forma alguna pueda renunciar a derechos reconocidos por la Ley 194/93 que establece el “Régimen Legal de las Relaciones Contractuales entre fabricantes y firmas del exterior y personas físicas o jurídicas domiciliadas en Paraguay”. Se sugiere la contratación de abogados locales con experiencia en derecho comercial al momento de suscribir el contrato respectivo.

Promoción de Ventas

Se realiza por los medios convencionales:

**Prensa*: Escrita (diarios), radial, televisiva

**Eventos*: Exposiciones, show room, degustaciones, demostraciones según el producto

**Contactos dirigidos*: Envío de muestras y folleterías

**Rondas de negocios*

**Visitas empresariales agendadas*: La Sección Económica y Comercial de la Embajada, a pedido de las empresas o de las entidades coordinadoras de misiones comerciales (agencias nacionales, provinciales o municipales) puede encargarse de la confección de agendas, coordinando la fecha suficiente antelación.

Contactos útiles

EMBAJADA DE LA REPUBLICA ARGENTINA

Avda. Perú e/ Avda. España y Juan de Salazar - Asunción

Tel.: (595-21) 212.320 /21

Fax.: (595-21) 211.029; 212.637

E-mail: epara@mrecic.gov.ar

CENTRO DE IMPORTADORES (CIP)

Av. Brasilia 1947 c/ Vía Férrea

Asunción

Telefax: (595-21) 299.800; 280.600

E-mail: cip@cip.org.py

Web: www.cip.org.py

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Av. Mcal. López 3333 e/ Dr. Weish y Zalasquin

Asunción

Tel.: (595-21) 616.3000

Fax: (595-21) 616.3162

Web: www.mic.gov.py

3.3 Informe Brasil

3.3.1 Datos Generales

Brasil es el quinto mayor país del mundo en extensión territorial, con una superficie de 8.515.767 km², lo que representa el 21% del área total del continente americano y casi el 48% de América del Sur.

Brasil tiene fronteras con todos los países de América del Sur, excepto con Ecuador y Chile. Limita al norte, con Venezuela, Colombia, Guyana, Surinam y la Guyana Francesa; al oeste, con Perú y Bolivia; al sur, con Paraguay, Argentina y Uruguay; y al este con el océano Atlántico.



Figura 13: mapa de Brasil.

Tiene una población de 219.993.441 (actualizada en el año 2021).

El idioma oficial es el portugués.

El real es la moneda de curso legal actual y su conversión es la siguiente (11/11/2022):

1 BRL = 0,18669165 USD

1 USD = 5,35643 BRL

1 BRL = 30,008039 ARS

1 ARS = 0,0333244 BRL

Principales ciudades

**Sao Paulo*: se encuentra al sureste de Brasil. Es la ciudad más grande de Brasil y la séptima más grande del mundo. Es el principal centro financiero de Brasil y es la ciudad con mejor economía dentro de Latinoamérica y una de las 16 economías más importantes del mundo.

**Río de Janeiro:* está ubicada en el sureste de Brasil. Es la segunda ciudad más poblada del país, con más de 6.7 millones de habitantes. Esta ciudad es un importante centro turístico, cultural y económico en Brasil, siendo la segunda ciudad con mayor economía del país y la quinta en LATAM, de acuerdo con su PIB.

**Brasilia:* es la capital federal de Brasil y se ubica en la región centro-oeste del país. Es la tercera ciudad más poblada del país, contando con más de 3 millones de habitantes. Además, es el centro político del país al ser sede del gobierno federal.

Principales puertos

**Puerto de Santos:* se encuentra en el estado de Sao Paulo, en las costas del Estuario de Santos. Es un conjunto de terminales que mueven y almacenan carga y reciben pasajeros. Sus instalaciones permiten manejar carga general, contenerizada, refrigerada, ro-ro y proyecto, graneles sólidos y líquidos, ideales para productos vegetales, minerales, químicos, combustibles y celulosa. Es el principal puerto de Brasil en cuanto a movimiento de carga, representando al menos el 25% del comercio exterior brasileño y movilizándolo más de 4.2 millones de TEUs anuales.

**Puerto de Río de Janeiro:* se encuentra ubicado en la Bahía de Guanabara, en la ciudad de Río de Janeiro. Este puerto moviliza más de 370 mil TEUs anualmente y sus principales cargas de importación consisten en trigo, productos de acero y concentrado de zinc, mientras que en sus cargas de exportación destacan el arrabio, productos de acero y vehículos.

**Puerto de Paranaguá:* se encuentra ubicado en el estado de Paraná, en la Bahía de Paranaguá. Moviliza más de 2.6 millones de TEUs anualmente y los principales productos que se exportan a través de él son productos de soja, aceite vegetal, azúcar, celulosa, congelados, alcohol y madera, mientras que dentro de sus importaciones destacan principalmente los fertilizantes.

**Puerto de Sepetiba:* es la terminal ideal para la concentración y distribución de carga en el Atlántico Sur. Instalada en el Puerto de Itaguaí, a solo 80 km de la ciudad de Río de Janeiro, la terminal se encuentra cerca de los mayores centros económicos e industriales del país. Su moderna infraestructura y ubicación estratégica, junto con un

excelente acceso terrestre, ferroviario y marítimo, favorecen a los importadores y exportadores de los destinos y orígenes más importantes.

Principales pasos internacionales (terrestre)

*Iguazú (Misiones, AR) – Foz de Iguazú (BR): por Puente Internacional Tancredo Neves

*Paso de los Libres (Corrientes, AR) – Uruguayana (BR): por Puente Internacional Agustín P. Justo

*Santo Tomé (Corrientes, AR) – São Borja (BR): por Puente Internacional de la Integración

PBI (US\$ a precios actuales):

Según datos del Banco Mundial, el PBI de Brasil para el año 2021 (año más reciente) ha sido de 1.608.981,22 (millones) lo que ha implicado un crecimiento interanual del 4,6%. Se puede observar en el siguiente gráfico la variación del PBI en valores, en los últimos 6 años:

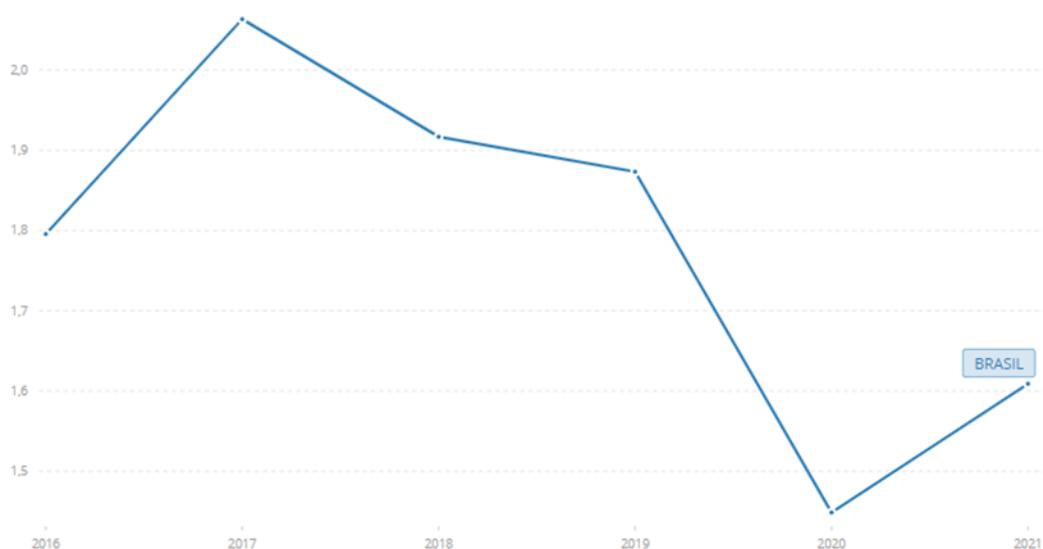


Figura 14: variación del PBI de Brasil, en valores, durante los últimos 6 años. Imagen extraída de la página de datos del Banco Mundial.

PBI per cápita (US\$ a precios actuales):

Asimismo, según datos del Banco Mundial, el PBI per cápita de Brasil para el año 2021 (más reciente) fue de 7518,8, lo que representó un crecimiento interanual del 3,9%. En el siguiente gráfico se puede observar la variación del PBI per cápita en valores, de los últimos 6 años:

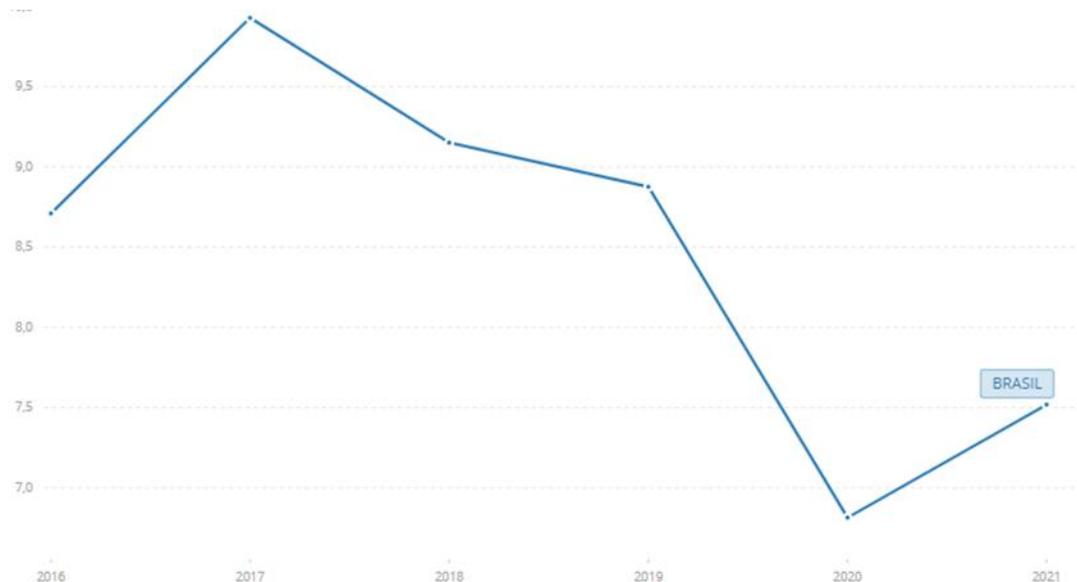


Figura 15: variación del PBI per cápita de Brasil, en valores, en los últimos 6 años. Imagen extraída de la página de datos del Banco Mundial.

3.3.2 Características del Mercado. Estructura Económica

La política económica del actual gobierno brasileño se orienta a la consolidación fiscal, a crear un ambiente de negocios favorable a la libre iniciativa privada y a la apertura comercial. El programa de consolidación fiscal tiene como eje los recortes del gasto público para reducir el déficit fiscal, las privatizaciones, la reforma previsional ya sancionada y los proyectos de reforma tributaria y de la administración pública.

El crecimiento económico viene impulsado por los servicios, en particular por “otros servicios” (en buena medida se trata de servicios prestados a familias como alojamiento y alimentación, actividades recuperadas tras el regreso de la presencialidad postpandemia). La agropecuaria, por el contrario, experimenta un notable decrecimiento afectada principalmente por la sequía de 2021, que ha provocado una

disminución de la producción estimada de soja, el mayor cultivo brasileño, y también del arroz. En la industria también se ha registrado un decrecimiento, aunque de menor cuantía. El mayor descenso corresponde a las industrias extractivas, dada la caída en la producción de mineral de hierro, y a la industria de la transformación. Desde el lado de la demanda el consumo de las familias, el gasto público y las exportaciones han experimentado un crecimiento durante el primer trimestre de 2022. Sin embargo, la Formación Bruta Capital Fijo e importaciones reflejan un notable descenso fruto de la caída de la producción e importaciones de bienes de capital.

Asimismo, la política expansiva, monetaria y fiscal, instrumentada para sostener la actividad tras la pandemia, ha generado tensiones de precios, agravadas, como en otros países, por el encarecimiento de precio de la energía y los problemas logísticos internacionales.

Subyace en esta visión coyuntural el principal problema de la economía brasileña, que no es otro que su escasa productividad y por tanto la necesidad de avanzar en reformas para incrementarla, a través de la reforma de la administración pública y del sistema tributario y de una mayor integración en los mercados internacionales.

Inflación, precios al consumidor (% anual)

El total acumulado de inflación de Brasil para el año 2021 fue de 8,3%. En el siguiente gráfico se puede observar la variación de la inflación de los últimos 6 años (2016-2021). Se puede apreciar como durante el período de 2017-2020 la inflación estuvo muy por debajo entre el 3% y el 4%. Luego del 2020 fue subiendo constantemente hasta alcanzar el punto en el que se encuentra hoy.

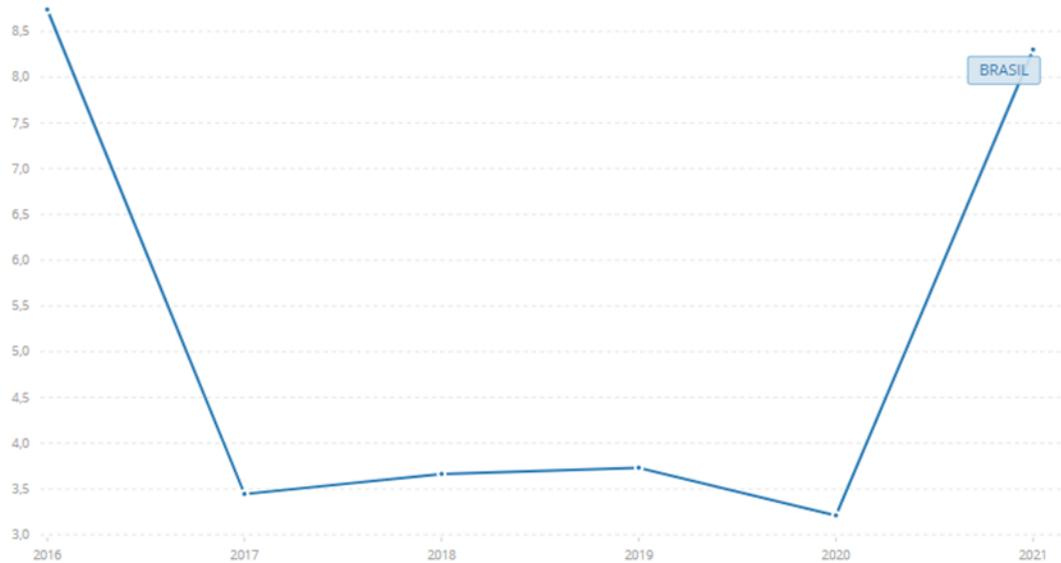


Figura 16: variación de la inflación de Brasil de los últimos 6 años. Imagen extraída de la página de datos del Banco Mundial.

Riesgo país

Actualmente, Brasil tiene 259 puntos y, según COFACE se encuentra en un nivel B, que equivale a “más o menos/levemente alto”.

Política de comercio exterior

A pesar de ser la economía más grande de América Latina y la novena del mundo, Brasil sigue siendo relativamente cerrado en comparación con otras grandes economías, con una baja penetración comercial y un bajo número de exportadores en relación con la población. Sin embargo, el país ha implementado cambios para mejorar el comercio, como la reducción del tiempo de cumplimiento de documentos tanto para exportar como importar, mediante la mejora de su sistema de intercambio electrónico de datos.

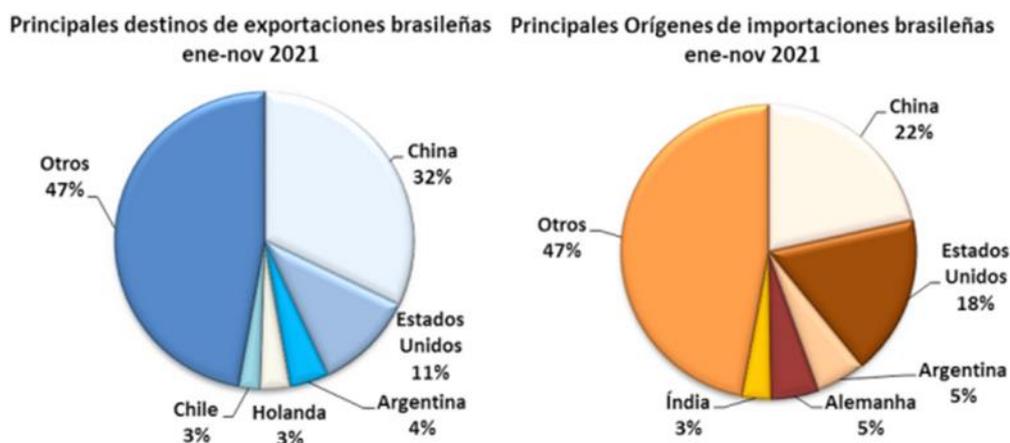


Figura 17: imagen extraída de la página de Argentina Trade Net.

Los gráficos demuestran los principales destinos de las exportaciones brasileñas y los principales orígenes de sus importaciones. Se puede observar cómo los principales socios comerciales durante dicho año fueron: China, Estados Unidos y Argentina (4%).

Brasil exporta principalmente soja, minerales de hierro, aceites de petróleo, azúcar de caña o de remolacha, y carne bovina congelada. Sus principales importaciones son aceites de petróleo, partes y accesorios para tractores y vehículos a motor, aparatos eléctricos para líneas telefónicas, circuitos electrónicos integrados y microestructuras, y navíos.

En el período enero-noviembre 2021, las exportaciones brasileñas aumentaron 29% en términos de precio y 3% en las cantidades exportadas. Por su parte, en el período enero-noviembre 2021 las importaciones aumentaron 13% en términos de precio y 23% en las cantidades importadas.

Comercio bilateral Argentina – Brasil

El comercio bilateral tuvo resultado deficitario para Argentina durante 15 años, desde 2004 hasta 2018, en los que el déficit acumulado ascendió a US\$ 52 mil millones. El pico máximo fue en 2017, con un saldo deficitario para Argentina de US\$ 8 mil millones, explicado principalmente por el comercio automotriz.

En el período enero-noviembre 2021 las exportaciones argentinas alcanzaron US\$ 10.714 millones, con incremento interanual del 51%. Las exportaciones brasileñas a Argentina fueron de US\$ 10.917 millones, con incremento interanual del 42%. El intercambio comercial del período totalizó US\$ 21.631 millones, con incremento interanual del 46%.

Noviembre fue el tercer mes de superávit comercial consecutivo y las exportaciones argentinas fueron las más altas de los últimos 8 años.

Principales productos argentinos exportados a Brasil entre enero y noviembre de 2021 fueron:

- *Vehículos de carga, con participación del 19%
- *Trigo y centeno, con participación del 13%
- *Automóviles, con participación del 12%
- *Energía eléctrica, con participación del 8%
- *Autopartes, con participación del 3%.

En 2021 Argentina se posicionó como el tercer origen de importaciones brasileñas, con participación de 5% y el cuarto destino de exportaciones brasileñas, con participación del 4,8%. Por su parte, el 15% de las exportaciones argentinas se destinaron a Brasil, principal socio comercial de nuestro país.

Se destaca que el 70% del comercio bilateral está compuesto por bienes industriales.

3.3.3 Productos Oferta Exportable de la Empresa

Como se ha mencionado en las fases anteriores, nuestros productos seleccionados son los hornos eléctricos de 60 litros, digitales, en acero inoxidable. Para relevar las estadísticas presentes en esta sección utilizaremos la posición arancelaria de tan sólo 6 dígitos (HS – Harmonized System – nivel internacional).

Posición arancelaria: 8516.60

Régimen arancelario

*Derechos NMF (Nación Más Favorecida) aplicados: 20%

*Arancel preferencial (AAP.CE14A) para Argentina: 0%

*Arancel preferencial para los países del MERCOSUR: 0%

*Preferencia arancelaria regional (ALADI: AR.PAR4) para Argentina: 16%

Requisitos de importación aplicados a este producto

*A420 – *Prácticas higiénicas durante la producción relacionadas con MSF*: Resolución N° 11/V/01. RDC/ANVS. Aprueba Resolución GMC N° 03/92, 27/99, 31/99. Reglamento técnico – Criterios generales y clasificación de materiales para envases y equipos en contacto con alimentos, compatibilizando la legislación nacional con la normativa aprobada en el MER.

*A830 – *Requisito de certificación*: Portaria N° 23 de 14/07/2011 y sus modificaciones. Licencia de importación no automática sin criterios predefinidos. Licencia de importación automática. Requisito de autorización de importaciones.

*B220 – *Uso restringido de ciertas sustancias*: Resolución N° 20 de 22/III/07. RDC/ANVISA. Prueba Resolución GMC 46/06. Reglamento técnico sobre Disposiciones para embalajes, revestimientos, utensilios, tapas y equipamientos metálicos en contacto con alimentos.

*B310 – *Requisitos de etiquetado*: Portaria N° 23 de 14/07/2011 y sus modificaciones. Licencia de importación no automática sin criterios predefinidos. Licencia de importación automática. Requisito de autorización de importaciones.

*B830 – *Requisito de certificación*: Portaria N° 23 de 14/07/2011 y sus modificaciones. Licencia de importación no automática sin criterios predefinidos. Licencia de importación automática. Requisito de autorización de importaciones.

*C400 – *Medidas de seguimiento, vigilancia y licencias automáticas de las importaciones*: Portaria N° 23 de 14/07/2011 y sus modificaciones. Licencia de importación no automática sin criterios predefinidos. Licencia de importación automática. Requisito de autorización de importaciones.

*E100 – *Procedimientos de licencias de importación no automáticas distintos de las autorizaciones contempladas en los capítulos MSF y OTC*: Portaria N° 23 de

14/07/2011 y sus modificaciones. Licencia de importación no automática sin criterios predefinidos. Licencia de importación automática. Requisito de autorización de importaciones.

*E111 – *Procedimiento de concesión de licencias sin criterios ex ante específicos*: Portaria N° 23 de 14/07/2011 y sus modificaciones. Licencia de importación no automática sin criterios predefinidos. Licencia de importación automática. Requisito de autorización de importaciones.

*E621 – *Asignación global*: Portaria N° 23 de 14/07/2011 y sus modificaciones. Licencia de importación no automática sin criterios predefinidos. Licencia de importación automática. Requisito de autorización de importaciones.

Tratamiento administrativo para las importaciones

Entendiendo que, para este tipo de operaciones comerciales de alto grado de complejidad del procedimiento importador, el éxito de las iniciativas exige que el exportador conozca los requisitos administrativos vigentes a fin de ingresar productos a dicho mercado; no obstante, será el importador el que se encargue de llevar adelante gran parte de este proceso cuyas etapas del proceso administrativo son:

- Habilitación del importador en el SISCOMEX (sistema integrado de comercio exterior);
- Clasificación de las mercancías que serán importadas de acuerdo con la Nomenclatura Común Mercosur;
- Emisión de la Factura Pro-Forma;
- Registro de la operación en el SISCOMEX;
- Licencia de importación (en los casos que se requiera);
- Embarque de las mercancías en el país de origen;
- Emisión de los documentos internacionales y realización de desaduanamiento;
- Contratación del cambio;
- Pago de tributos;

- Emisión de Declaración de Importación;
- Liberación de la carga en Brasil

Como paso inicial, la empresa extranjera que desee ingresar al mercado brasileño deberá hacer los contactos preliminares con el importador en dicho país a fin de acordar los términos de la operación de venta. En esta etapa de la negociación, el exportador extranjero debe enviar la Factura Proforma con todas las informaciones comerciales y financieras referentes a la operación. El documento contiene la identificación del importador y del exportador, la descripción de la mercadería, el país de origen, el precio unitario, el valor total, el plazo de validez, peso neto y total, los puertos o aeropuertos donde se realizará el embarque y desembarque de la mercadería, y la forma de pago (pago anticipado, cobro bancario o carta de crédito).

Asimismo, antes del embarque de las mercaderías, se deberán definir:

- Condiciones de Venta Internacional definiendo la sigla de los Incoterms.
- Modalidad de pago acordada con el cliente de Brasil.
- Partida arancelaria de la mercadería.

Acuerdos comerciales

Acuerdos multilaterales

-Miembro de la OMC

1 de enero 1995

(Parte contratante del GATT 1947 desde 30 de julio 1948)

Uniones aduaneras

-Estado miembros del mercosur

26 de marzo de 1991

Acuerdos de libre comercio

-Chile

21 de Noviembre 2018

Vigencia: 25 de enero 2022

-MERCOSUR – Colombia AAP.CE N° 72

21 de julio 2017

-MERCOSUR – Egipto

2 de agosto de 2010

Vigencia: 1 de septiembre 2017

-MERCOSUR – Israel

18 de diciembre 2007

-MERCOSUR – Peru (ACE 58)

30 de Noviembre

-MERCOSUR – Bolivia (ACE 36)

17 de diciembre 1996

Vigencia: 28 de febrero 1997

-MERCOSUR – Chile (ACE 35)

25 de junio

Vigencia: 1 de octubre 1996

Acuerdos marco

-MERCOSUR – Marruecos

26 de noviembre 2004

Vigencia: 29 de abril 2010

-MERCOSUR – México (ACE N° 54)

5 de julio 2002

Vigencia: 5 de enero 2006

Acuerdos comerciales preferenciales

-MERCOSUR – Unión Aduanera del África Meridional (SACU)

15 de diciembre

Vigencia: 1 de abril 2016

-Suriname (AAP.A25TM N° 41)

21 de abril 2005

Vigencia: 26 de julio 2006

-Colombia – Ecuador – Venezuela – MERCOSUR (AAP.CE N° 59)

18 de octubre 2004

-MERCOSUR – India

25 de enero 2004

Vigencia: 1 de junio 2009

-MERCOSUR – México (ACE N° 55) – Acuerdo sobre el sector automotor

27 de septiembre 2002

-México (AAP.CE N° 53)

3 de julio 2002

Vigencia: 2 de mayo 2003

-Guyana (AAP.A25TM N° 38)

27 de junio 2001

Vigencia: 31 de mayo 2004

-Argentina (ACE N° 14)

20 de diciembre 1990

Vigencia: 20 de diciembre 1990

-Uruguay (AAP.CE N° 2)

30 de septiembre 1986

Vigencia: 1 de octubre 1986

Zonas Francas

La Zona Franca de Manaus (ZFM) es un área de libre comercio objeto de beneficios fiscales con el objetivo de estimular la creación de un centro industrial, comercial y agropecuario en el interior del Amazonas. Los beneficios fiscales concedidos a las importaciones para la zona franca son la reducción del Impuesto de Importación, la exención del Impuesto sobre los Productos Industrializados, la

reducción del Impuesto a la Renta y la reducción del ICMS tanto para las mercaderías destinadas a consumo como para las destinadas a la industrialización. La ZFM es administrada por la Superintendencia de la Zona Franca de Manaus (SUFRAMA).

3.3.4 Logística y Servicios

Transporte terrestre: Rosario – San Pablo.

FLETE TERRESTRE EXPO INTERNACIONAL USD 2800.00

EMISION CRT USD 55.00

DESPACHANTE USD 90 x CAMION

GESTION DE COD USD 25

GESTION DE FITOSANITARIO USD 30

GASTOS DEPOSITO USD 335

FLETE INTERNO A DEPOSITO USD 206

Transporte marítimo: Rosario – Santos.

FLETE MARITIMO EXPO FCL USD X CNTR 20' STD 510.00

ISPS RECARGO SEGURIDAD USD X CNTR 16.00

THC ORIGEN USD X CNTR 250.00

RIVER TOLL USD X CNTR 125.00

PRECINTO C/I USD X CNTR 10.00 + I.V.A.

LOGISTIC FEE C/I USD X CNTR 40.00 + I.V.A.

HANDLING USD X CNTR 70.00

EMISION B/L C/I USD X BL 55.00 + I.V.A.

VGM FEE USD X CNTR 25.00

INGRESO AL SIM C/I USD X BL 40.00 + I.V.A.

FORWARDING FEE USD X CNTR 85.00

FLETE INTERNO A PUERTO USD 206

DESPACHANTE USD 90 X CONT

GESTION DE COD USD 25

GESTION DE FITOSANITARIO USD 30

RECEPCIÓN CONTENEDOR LLENO DRY/REEFER 20' 150,00
/CONTENEDOR

CARGO CÓDIGO PBIP 12,00 /CONTENEDORES

ENTREGA CONTENEDOR VACÍO 20'/40' 25,00 / CONTENEDOR

PESAJE DE CONT. (INCLUYE TARA) USD 30 X CNT.-

TRANSPORTE PARA PESAJE (INCLUYE TARA). USD 60 X CNT.-

ESCANEEO/ TRANSPORTE P/ ESCÁNER USD 70 X CNT.

CONSOLIDADO MALTA – CONT. 20 USD 300.-

CONSOLIDADO MALTA – CONT. 20 USD 300.-

Luego de comparar los costos de exportación correspondientes a transporte terrestre y marítimo, podríamos recomendar este último debido a que resulta más económico.

Paletización

El embalaje nuestro producto tiene las siguientes medidas:

- Largo: 45,5cm.
- Ancho: 63,5cm.
- Alto: 41cm.

Su peso es de 11kg.

Medidas del pallet americano (universal):

- Largo: 100cm.
- Ancho: 120cm.
- Alto: 15cm.

Su peso es de 20kg.

Teniendo estos datos en consideración realizamos la paletización quedando de la siguiente manera: 12 cajas por pallet, con un peso de 152kg en total.

3.3.5 Mercado

Se espera que la clase media emergente y un aumento en la paridad del poder adquisitivo del cliente impulsen el mercado. Aunque la fluctuante incertidumbre económica de Brasil ha hecho que los clientes sean muy selectivos en sus decisiones de compra, las categorías de productos tecnológicamente avanzados que ofrecen los principales fabricantes como Whirlpool, Electrolux, LG, etc., están atrayendo clientes a gran escala.

El volumen de ventas de los pequeños electrodomésticos va en aumento debido a su menor vida útil y, en la mayoría de los casos, los consumidores están más dispuestos a cambiar sus pequeños electrodomésticos por un modelo más nuevo.

La creciente preocupación de las personas por cocinar de forma saludable está impulsando el mercado de la cocina y los pequeños electrodomésticos. El rostro cambiante de la economía también está permitiendo a los clientes gastar un poco en los productos que pueden facilitar su actividad diaria. El mercado de aparatos de cocina, especialmente de cocinas, está aumentando. El tamaño cambiante de la familia, la generación más joven que se muda a la ciudad, el creciente interés en la salud y el bienestar, y el creciente número de hogares unipersonales también están impulsando el mercado de estos pequeños electrodomésticos de cocina.

3.3.6 Competencia

Nacional. Principales competidores

-TAS – EME S.A.

<https://tas-eme.com.ar/wp/ventas@tas-eme.com.ar>

Dirección: Chubut 3247 – Lanús Oeste. Buenos Aires, Argentina

-Whirlpool Argentina S.A.

<https://www.whirlpool.com.ar/contacto@whirlpoolstore.com.ar>

Dirección: Av. Crovara 2550 - La Tablada. Buenos Aires, Argentina

-Hector Codini S.A.

<https://www.codini.com.ar/atencionalcliente@codini.com.ar>

Dirección: Av. Urquiza 55, San Francisco, Córdoba, Argentina.

-Frimetal S.A.

<https://www.frimetal.es/com@frimetal.es>

Av. José Batlle y Ordóñez 3436, Rosario, Santa Fe, Argentina.

En Brasil. Principales competidores

-Semp TCL

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

Dirección: Av. Arnaldo Rojek, 1 - Altos de Jordanésia, Cajamar - SP, 07786-900, Brasil

-Loja Mueller

<https://loja.mueller.ind.br/>

-Grupo Eletrolar

<https://grupoeletrolar.com.br/es/latin-american-housewares.htmlcomercial@grupoeletrolar.com.br>

Dirección: R. Luigi Galvani, 42 - 5º andar - Itaim Bibi - São Paulo - SP – Brasil

3.3.7 Comercialización

Canales de distribución

No existen normas limitativas. Se opera con firmas representantes, importadores en general, empresas y/o personas inscriptas como importadores, importador casual, que comercializan los productos al por mayor y menor a través de distribuidores y/o ventas directas al consumidor final.

Conclusión

El comercio entre Argentina y Uruguay se ha mantenido dinámico y están dadas las condiciones para avanzar en la profundización de la relación bilateral, principalmente por ser países limítrofes, lo que reduce los tiempos de tránsito del transporte; y también, por la gran similitud cultural de éstos.

Argentina mantiene una estrecha y dinámica relación económica y comercial con el Paraguay. La cercanía geográfica, el idioma y la cultura compartida son algunas de las características que favorecen el relacionamiento entre los representantes del sector privado de ambos países. Aun así, existe un enorme potencial para profundizar y diversificar dichos vínculos.

Argentina y Brasil constituyen socios comerciales de relevancia histórica. Brasil es el primer socio comercial de Argentina, con participación del 15% en el comercio exterior de nuestro país. Argentina es el tercer socio comercial de Brasil, con participación del 5% en el comercio exterior brasileño. La relevancia de Brasil en tanto socio comercial refleja el potencial existente para incrementar la presencia de productos y servicios argentinos en el mercado brasileño. En este marco, la profundización de la relación comercial bilateral, la cercanía geográfica y la proximidad cultural transforman a Brasil en un mercado ideal para aquellas empresas que planeen diversificar sus mercados o iniciar un negocio exportador.

Como se ha analizado en la fase anterior, los tres países presentan grandes oportunidades para comenzar a pensar en el plan de internacionalización de nuestra empresa. Si bien Uruguay presenta una pequeña ventaja sobre Paraguay y Brasil, no es lo suficientemente significativa como para descartarlos.

Referencias Bibliográficas

- Axel Electrodomésticos S.A (<https://www.axelsa.com.ar/empresa>)
- Ministerio de Desarrollo Productivo Argentina (julio, 2022). *Electrodomésticos y eficiencia energética*.
https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/03/30_-_electrodomesticos_y_eficiencia_energetica.pdf
- Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto Argentina. Recuperado en diciembre de 2021. *Mercados Internacionales*.
<https://cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet/inteligencia-comercial/mercados-internacionales>
- Ventanilla Única de Comercio Exterior (<https://ci.vuce.gob.ar/>)
- Currency Converter. Recuperado el 10 de noviembre del 2022. *Convertir un peso argentino a peso uruguayo*.
<https://www.xe.com/es/currencyconverter/convert/?Amount=1&From=ARS&To=UYU>
- Banco Mundial. Recuperado el 10 de noviembre del 2022. *Datos Banco Mundial por país: Uruguay*. <https://datos.bancomundial.org/pais/uruguay>
- Ministerio de Seguridad. Recuperado el 10 de noviembre de 2022. *Pasos Internacionales*. <https://datos.bancomundial.org/pais/uruguay>
- COFACE for trade. (10 de octubre de 2022). *Mapa de evaluación de Riesgo País – Q3 2022*. <https://www.coface.com.ar/Noticias-y-Publicaciones/Publicaciones/Mapa-de-Evaluacion-de-Riesgo-Pais-Q3-2022>
- Centro de Comercio Internacional (s.f) *Mapa de acceso al mercado*.
<https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=858&partner=032&product=851660&level=6>
- Ministro de Economía y Finanzas Uruguay (30 de septiembre 2020). *Acuerdos Comerciales*. <https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/institucional/tratados/acuerdos-comerciales-0>

Ministerio de Economía y Finanzas Uruguay (s.f) *Zonas Francas en el país.*
<https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/zonas-francas-pais>

Banco Mundial. Recuperado el 11 de noviembre de 2022. *Datos Banco Mundial por país: Paraguay.* <https://datos.bancomundial.org/pais/paraguay?view=chart>

Currency converter. Recuperado el 11 de noviembre de 2022. *Convertir un guaraní paraguayo a peso argentino.*
<https://www.xe.com/es/currencyconverter/convert/?Amount=1&From=PYG&To=ARS>

Banco Mundial (s.f) *Paraguay frente al desafío de tomar acción para exportar más y mejor.* <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2022/09/19/paraguay-frente-al-desaf-o-de-tomar-acci-n-para-exportar-m-s-y-mejor>

Currency Converter. Recuperado el 11 de noviembre de 2022. *Convertir un real brasilero a peso argentino.*
<https://www.xe.com/es/currencyconverter/convert/?Amount=1&From=BRL&To=ARS>

DSV Brasil (s.f) *Principales ciudades, puertos, aeropuertos y oficinas DSV en Brasil.*
<https://www.dsv.com/es-mx/sobre-dsv/latam/dsv-brasil/ciudades-puertos-aeropuertos-mas-importantes-brasil>

Banco Mundial. Recuperado el 11 de Noviembre de 2022. *Datos Banco Mundial por país: Brasil.* <https://datos.bancomundial.org/pais/brasil>

Santander Río. Recuperado en octubre del 2022. *Cifras del comercio exterior en Brasil.*
https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/brasil/cifras-comercio-exterior?url_de_la_page=%2Fes%2Fportal%2Fanalizar-mercados%2Fbrasil%2Fcifras-comercio-exterior&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=3&memoriser_choix=memoriser

Sistema Centralizado de Expedientes (s.f) *Información sobre Brasil.*

http://www.sice.oas.org/ctyindex/brz/brzagreeements_s.asp#Signed