



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Biblioteca "Alfredo L. Palacios"



Proyecto de exportación de jarabe de fructuosa a la República de Chile

Tejero, Lautaro

2002

Cita APA: Tejero, L. (2002). Proyecto de exportación de jarabe de fructuosa a la República de Chile. Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Estudios de Posgrado

Este documento forma parte de la colección de tesis de posgrado de la Biblioteca Central "Alfredo L. Palacios". Su utilización debe ser acompañada por la cita bibliográfica con reconocimiento de la fuente.

Fuente: Biblioteca Digital de la Facultad de Ciencias Económicas - Universidad de Buenos Aires



Secretaría de Posgrado
Facultad de Ciencias Económicas

119-0007

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

Col 1502/0370

SECRETARIA DE POSGRADO

**ESPECIALIZACION EN GESTION EMPRESARIA DEL
COMERCIO EXTERIOR Y DE LA INTEGRACION**

Asignatura: Seminario de Integración Final

**Profesores: Dra. PELOROSSO Alicia
Lic. MARCHINI Jorge**

CATALOGADO

Alumno: TEJERO, Lautaro DNI nro. 22.470.445

Dep. O.310, H.12221 (203)
T2
Trab. Jorge

Título en la
oficina

INDICE

PROYECTO DE EXPORTACION DE JARABE DE FRUCTOSA A LA REPUBLICA DE CHILE

1) Presentación del producto y Análisis FODA de la empresa exportadora	Pág. 3
2) Características del mercado meta y de los principales competidores.	Pág. 4
3) Segmento del mercado elegido	Pág. 5
4) Plan estratégico para lograr la penetración a dicho mercado	Pág. 5
5) Datos estadísticos y potenciales clientes	Pág. 6
6) Aspectos legales, aduaneros y arancelarios de Argentina	Pág. 9
7) Aspectos legales, aduaneros y arancelarios de Chile	Pág. 9
8) Aspectos logísticos	Pág. 9
9) Comercialización	Pág. 10
10) Precio de exportación	Pág. 11
11) Consideraciones económicas financieras	Pág. 12
12) Premisas del presupuesto financiero	Pág. 12
13) Presupuesto financiero	Pág. 13
14) Régimen Legal contractual aplicable	Pág. 15
15) Conclusión Final	Pág. 16
16) Fuentes de información	Pág. 18

1) *Presentación del producto y Análisis FODA de la empresa exportadora*

El producto a exportar es el jarabe de fructosa, que es un producto incoloro o ligeramente amarillento obtenido por hidrólisis de almidones comestibles seguidos de procesos enzimáticos y de refinación. Posee un contenido de azúcar del 40 al 60%. La fructosa se utiliza como edulcorante sucedáneo para diabéticos y para endulzar bebidas y jugos, como también su uso en la industria alimentaria. Posee una composición química del 99% con el azúcar.

FODA

Fortalezas:

Excelente calidad a nivel fitosanitario de sus productos capaces de cumplir con los requisitos más exigentes a nivel mundial en la materia.

Cercanía geográfica del mercado meta

Precio del producto competitivo a nivel internacional, con otros competidores e incluso con bienes sustitutos (ejemplo azúcar).

Rapidez de respuesta a los pedidos.

Política de comercio exterior de la firma orientada por profesionales idóneos en el tema.

Parque de producción de última generación (se aprovechó la apertura de los 90' para adquirirla).

Producto con mejores aptitudes para su industrialización que los productos sustitutos (dadas sus características químicas).

Oportunidad:

coyuntura favorable para la exportación merced al tipo de cambio de la moneda nacional respecto del dólar de EEUU. Se traduce en menores costos a nivel internacional.

Imagen de marca de la Argentina en el mundo en relación a sus productos del sector primario.

Al abrirse este mercado, es factible incursionar en otros productos derivados del maíz.

Mayor demanda mundial de los productos con bajas calorías.

Incentivos a la exportación por parte del Gobierno (ejem: reintegros, apoyo institucional, etc).

Debilidad:

Costo financiero para poder incursionar en el mismo (las tasas son altas en el mercado local, por el poco crédito existente).

Poca experiencia exportadora.

El apoyo estatal a las exportaciones es lento en relación a la dinámica del comercio exterior.

La capacidad de planta instalada en el corto plazo no puede ser ampliada.

Amenazas:

Inconveniente en el suministro a Chile por nevadas en invierno, en el caso que haya problemas de viabilidad en los pasos.

Se localiza en medidas de corte proteccionista que podría incursionar el Gobierno Chileno.

Volatilidad para negociar con los importadores en base a los precios de venta, por las medidas económicas del país trasandino.

2) Características del mercado meta y sus principales competidores

El mercado meta es el Chileno, a sido elegido por carecer de poca capacidad para producir nuestro producto como así de azúcar que es un bien sustituto de la fructosa y por escasa distancia geográfica de nuestro país. La competencia se conforma del conglomerado IANSA radicado en ese país, otros productores de menor porte (Ejemplo: Consorcio Agrícola del Sur) pero principalmente las firmas GLUCOVIL SA, PILANDINA, PRODUCTOS DE MAIZ (todos de la Argentina) y en forma residual exportaciones de EEUU y México.

La competencia local se encuentra a nivel institucional conformada

por la Federación Nacional de Remolacheros, la cual ha hecho lobby ante las autoridades de ese país para fomentar medidas antidumping contra las exportaciones argentinas de fructosa.

En Chile se utiliza como producto sustituto la remolacha azucarera, que según los estándares internacionales Chile posee en bajo costo y buena productividad en relación a otros países productores del mismo. Pero el gran inconveniente que tiene esta industria es la capacidad de producción que no alcanza para satisfacer su mercado interno (por eso ante las exportaciones argentinas se solicitó ante la Sociedad Nacional de Agricultura negociar a nivel del ALCA por la fructosa de EEUU) y el otro inconveniente es que el ciclo de replantación de este producto hace que se tenga que sembrar todos los años (por ejemplo: la caña tiene de cinco a más años), situación que evita el riesgo de una disminución abrupta de la producción cuando el precio cae.

Por lo expuesto, el maíz es más abundante en nuestro país (por lo tanto la cantidad de jarabe de fructosa también lo puede ser), y posee menos enfermedades que la remolacha azucarera, cuestiones que se reflejan en los precios.

Las ventajas de nuestro producto con la sacarosa (léase azúcar) son las siguientes: reduce la manipulación de materiales, elimina los procesos de dilución y filtración, ofrece mayor rendimiento, imparte un color dorado, aumenta el sabor y el olor, previene la cristalización de azúcares en el producto final, no fermenta ni cristaliza y es más económico comparativamente con la unidad de dulzor del azúcar.

3) Segmento de mercado elegido

El segmento elegido ha sido el de los grandes productores de alimentos, ya que el producto se utiliza a nivel industrial para endulzar alimentos. Especialmente los fabricantes de bebidas como por ejemplo las embotelladoras de gaseosas Andina y los productores de golosinas como Carozzi. Estas firmas como otras del ramo utilizan nuestro producto como insumo básico (sobretudo en la línea bajas calorías de bebidas y alimentos),

Dado el volumen de producción de la firma exportadora, el tipo de producto a tratar y su escaso valor unitario 0,183 u\$/kg FOB, el perfil de los compradores es el siguiente: deben manifestar un alto consumo del producto, son industriales – importadores, son especializados en relación al

conocimiento del producto a vender (lo utilizan de materia prima) y están atomizados.

4) Plan estratégico para lograr la penetración a dicho mercado

Una vez establecidos los contactos de negocios provenientes de la agenda que posee la Cámara Argentino Chilena, la Fundación Exportar y el Consulado Argentino en Santiago de Chile; se contactará en forma directa con los potenciales importadores para concreción de un viaje de negocios. En el mismo se remitirán muestras del producto a fines que los potenciales compradores los analicen y constaten su calidad.

Como segunda parte de esta estrategia se pautará con los que han sido complacidos con la relación precio calidad del producto para instrumentar una operación comercial piloto a pequeña escala.

5) Datos estadísticos y potenciales clientes.

EMPRESAS CAROZZI

Es uno de los conglomerados alimenticios más grandes de Latinoamérica, con una facturación de más de 450 millones de dólares.

Contamos con más de dos mil productos y somos : Carozzi en Pastas, Costa en Chocolates y Galletas, Ambrosoli en Caramelos y Confites, Teofilo Grob en Harinas, Pomarola en Salsas de Tomates, Sprim en Bebidas Instantáneas, Caricia en Postres , Agrozzi en Pulpas de Fruta y Pastas de Tomates.

CHILE

Región Metropolitana
Camino Longitudinal Sur 5201. Nos.

Planta de Fideos Pastas envasadas de diversos tipos y variedades

Molino de Sémolas Sémola de trigo duro

Molino de Harinas Harinas de trigo blando para la industria panadera

Planta de Galletas Galletas y bizcochos

Planta de Jugos y Postres Jugos, refrescos y postres en polvo.

Séptima Región

Camino Longitudinal Sur Km. 174, Teno

Planta de Tomates y Pulpas de Fruta Concentrados de frutas, ketchup, pastas y salsas de tomates.

Novena Región

Camino Aeródromo s/n', Victoria

Molino Victoria Harinas de trigo blando para la industria panadera

Décima Región

Avda. Augusto Grob N'905, La Unión

Molino La Unión Harinas de trigo blando para la industria panadera

Quinta Región

Av. Santa Elena 594, Valparaíso

Planta de Chocolates Chocolates, bombones y coberturas

Quinta Región

Camino Internacional s/n', Reñaca. Alto Viña del Mar

Planta de Caramelos Caramelos, miel, gomitas y comprimidos

Planta de Chocolates Tabletas, bombones y coberturas

PRODUCTOS DE EMBOTELLADORA ANDINA



The Coca-Cola Company opera en más de 136 países en el mundo a través de aproximadamente mil 500 embotelladoras que elaboran sus productos. En Chile, Embotelladora Andina es una de ellas, siendo además una de las más importantes de toda América Latina.

Embotelladora Andina además de tener la franquicia para producir y comercializar los productos de Coca-Cola; ha desarrollado fuertes ventajas competitivas al participar en la producción de los envases de plástico desechables a través de Envases CMF S.A. y en el caso de formato latas, participa en Envases Central en conjunto con otros embotelladores.

EXPORTACIONES DEL
2001 A CHILE

P.A. SIM
1702.60.20.000W

Pais Dest. CHILE	Peso Neto KG	Fob en U\$\$	Precio unitario por Kg (Promedio)
TOTAL	15.059.030	2.911.422	0,195

EXPORTACIONES DEL 2002 (al
30/11/02) A CHILE

P.A. SIM
1702.60.20.000W

País Dest.	Peso Neto KG	Fob en U\$\$	Precio unitario Kg
TOTAL	45.524.738	8.797.261	0,19

De lo expuesto surge que las exportaciones a Chile de la Argentina se incrementaron en un 302,308% desde el 2001 al 2002.

En relación a las importaciones chilenas, según los datos del Servicio Aduanero de ese país la Argentina exporta el 100% de lo importado para el año 2002. En cuanto al año 2001 la Argentina se sitúa en un 98% EEUU 1,7% y el resto indeterminado. (nota. Al ser las dispersiones numéricas tan abismales se considero que es más representativo exponerlas de esta forma que de manera de gráfico).

6) Aspectos legales, aduaneros y arancelarios de la Argentina

El producto se clasifica por la P.A.1702.60.20.000W para la exportación tributa un derecho de exportación ad valorem del 5% y posee un beneficio del 3,40% en concepto de reintegro a la exportación. Interviene con carácter previo a la exportación el Instituto Nacional de Alimentos (INAL) el cual expide un certificado que se adjunta al PE (el que autoriza al exportador a remitir una cantidad determinada de mercadería, pudiendo cubrir varios PE).

7) Aspectos legales, aduaneros y arancelarios de Chile

Abona un derecho de importación ad valorem del 7%, un IVA del 18% (por el Acuerdo de complementación económica ACE 35 tiene una preferencia del 85%, por lo cual el derecho efectivo es del 1,05%. El producto se encuentra sujeto a una inspección fitosanitaria establecida por Res. 350/81 amparada por el correspondiente certificado fitosanitario del país de origen. A partir del 19/11/02 ese país fijo un derecho adicional del 14% para nuestro producto lo cual reduce el margen de ganancia pero igual no deja de ser competitivo a estas condiciones según se detallará en las conclusiones.

8) Aspectos logísticos

La mercadería se traslada en camiones que se consolidan en la planta y egresan por la Aduana de Mendoza, se utilizan camiones acondicionados

para tal fin. Desde la orden de pedido del exterior hasta la entrada al país de destino se insume como máximo siete días (entre la salida de expedición del producto hasta liberar en la Aduana Chilena el producto).

La vía terrestre es la más conveniente dada la velocidad en la entrega y el valor económico de la mercadería que es bajo para incurrir en la vía aérea pero el volumen es escaso y la rapidez de la entrega es primordial por lo que se descarta la vía acuática.

A título de ejemplo un camión cruza frontera en tres días desde Argentina hasta Chile a un costo de u\$s 1.500 (desde Mercedes Prov. Bs. As. a Santiago Chile) para transportar 22.000Kg. de producto. La vía marítima desde la costa oeste de EEUU (donde radica la competencia) se tarda de 30 a 35 días a un costo de 27 u\$s por tonelada lo cual arroja para la misma cantidad de mercadería la suma de u\$s 600 aproximadamente.

Pero el inconveniente de esta vía de transporte es la velocidad de entrega y que para que sea económicamente razonable se deben operar en grandes cantidades. Dadas las características de este mercado, en el cual la velocidad de la entrega es crucial (sobre todo antes de las promociones de verano), se opta la vía terrestre, que por otro lado es más efectiva cuando son varios pequeños compradores que solicitan la mercadería en distintos momentos.

9) Comercialización

Se utiliza un canal corto de distribución a los fines de evitar la intermediación de terceros, se comercializa en forma directa dado que no es difícil localizar a los potenciales clientes. Y dadas las características culturales, la distancia y el fluido intercambio entre los dos países dicha forma de mercadotecnia es la más eficiente para esta firma.

10) Precio de exportación

Datos

Condición de venta: FOB

Costo de la mercadería: 0,10 u\$s/Kg. 81.000 u\$s 8.100

Utilidad: 20% FOB

Derechos de exportación: 5% incluido en el FOB

Comisión Bancaria: 3% FOB

Gts. de exportación: u\$s 1.500

Honorarios Despachante: u\$s 300 (incluye DGA y IASCAV)

Impuesto a las ganancias: 35%

Reintegro a la Exportación: 3,40%

FOB: $8.100 + 1500 + 300$

$1.034 + (0.034 * 0.53846) - 0.03 - 0.20 - 0.04762 - (0.20 * 0.53846)$

FOB: 14.843,57

INGRESOS

FOB 14.843,57
Reintegro 504,68

TOTAL 15.348,25

EGRESOS

Costo pre exportación 8.100
Gastos de exportación 1.500
Honorarios Despachante 300
Comisión bancaria 445,31
Derechos de exportación 706,84

Subtotal 11.052,15

Utilidad (20%) 2.968,71
Impuesto a las Gcias. 1.327

TOTAL 15.348,25

Impuesto a las ganancias

$$(14.843,57 - 11.052,15) * 35\% = 1327$$

Acrecentamiento (imp. Gcias.)

Derechos de exportación

$$X = \frac{35}{1 - 0.35}$$

$$X = 53,846 \%$$

$$\frac{5}{105} = 0.04762$$

$$\frac{1}{1,05} = 0,9523809$$

11) Consideraciones económicas financieras

Se presupuesta con una cotización de 1 u\$s por cada \$ 3,50 la diferencia de cotización entre 3,50 y el cierre de venta, se computa a resultados (cuenta diferencia de cotización).

Se usa moneda foránea para no tener que ajustar por inflación este presupuesto.

Los créditos fiscales de IVA no se toman en cuenta para la exportación, ya que este es un exportador impuro (se utilizan para neutralizar débitos fiscales). Al no ser trasladables se tendrían que cargar al costo, pero para poder tener un mejor precio de penetración se utiliza este procedimiento,

12) Premisas del Presupuesto Financiero

- Se abonan los derechos de exportación a los 2 (dos) días de ingresar las divisas al sistema financiero local. (por la P.A. son 120 días).
- los honorarios del despachante se abonan con el cobro del reintegro.
- Los gastos de exportación se abonan al día anterior de disponer los camiones.
- Las comisiones bancarias se pagan con la cobranza de la carta de crédito.
- Se utiliza este medio de pago por su confiabilidad.
- Se cobra la carta de crédito a la fecha de aceptación de la mercadería o 30 días corridos de iniciada la exportación el menor.
- Financiamiento bancario 8 % TEM.

- Desde la orden de pago del exterior se calculan como máximo diez días hábiles para disponer de los fondos, se presupuesta financieramente 60 días del cumplimiento (se cobra entre los 45 días y antes de los 60).
- La DGA abona reintegros entre los 30 días a los 60 días de la carga en condiciones normales, se toma como parámetro que los reintegros se cobran después de la cobranza de la venta.
- Se necesitan al día 60 financiar 10.045 (costo de pre exportación, comisión bancaria y gastos de exportación), a partir del cuarto embarque no hay necesidad de fondos según el cuadro anexo al presupuesto financiero. Los intereses abonados ascenderían a 1.427 para tres embarques sucesivos de la misma magnitud.

13) Presupuesto Financiero

Concepto	DIA -1	DIA 30	DIA 59	DIA 60	DIA 61	DIA 91	DIA 120	DIA 121	DIA 123
gts de exportación	-1500								
costo de exportación	-8100								
comisión banco		-445							
cobro venta			14844						
cobro reintegro				505					
pago honorarios				-300					
gts de exportación 2				-9600					
pago derechos exp 1					-707				
Comisión banco 2						-445			
pago honorarios 2							-300		
cobro reintegro 2							505		
cobro venta 2								14844	
									-707
TOTAL	-9600	-445	14844	-9395	-707	-445	505	14844	-707

Se necesitan financiar por 60 días la suma de 10,045 a una tasa TEM del 8 % son 803,60 de intereses, de forma que se origina un pasivo que expira con la cuarta exportación (ver planilla de pago de deuda).

El día cero (0) es cuando se embarca la primera exportación.

Planilla de pago de la deuda contraída para el proyecto

CONCEPTO	EXPORTACION 1		EXPORTACION 2		EXPORTACION 3		EXPORTACION 4	
	DIA 1	DIA 59	DIA 60	DIA 120	DIA 121	DIA 181	DIA 182	DIA 242
PAGO 1	-10045							
COBRO 1		14844						
DEUDA 1		-10045						
INTERES 1		-804						
SALDO		3995						
PAGO 2			-10045					
SALDO 1			3995					
COBRO 2				14844				
DEUDA 2				-6050				
INTERES 2				-484				
SALDO				8310				
PAGO 3					-10045			
SALDO 2					8310			
COBRO 3						14844		
DEUDA 3						-1735		
INTERES 3						-139		
SALDO						12970		
PAGO 4							-10045	
SALDO 3							12970	
COBRO 4								14844
DEUDA 4								0
INTERES 4								0
SALDO								27814

El total de los intereses asciende a 1427 hay plena autonomía financiera a partir de la cuarta Exportación. Siempre y cuando se exporte cada sesenta días.

14) Régimen contractual aplicable

Al ser la Argentina y Chile estados firmantes de ese Tratado, se va a utilizar en su totalidad la Convención de Viena, ante aspectos no contemplados en la misma (seguro, flete, etc), en forma subsidiaria se utilizará la edición de incoterms del 2000.

15) Conclusión Final

La posibilidad de acceder con éxito al mercado chileno es alta, a saber por los siguientes elementos:

- La calidad y abundancia de la materia prima en nuestro país y de este exportador en particular (normas ISO 9000 aprobadas). Que se destinaría a un mercado meta que no es autosuficiente en la generación de materia prima que puede servir para la industria alimentaria (ya sea remolacha azucarera, azúcar y/o jarabe de fructosa).
- La cercanía del mercado meta y el tiempo de respuesta al pedido (un camión "pasa" en tres días frontera).
- Es un producto de contra estación con el hemisferio norte y por otro lado un gran porcentaje de las exportaciones de EEUU se concentran en México (lo cual trae aparejado la competencia a nivel externo entre los ingenios azucareros argentinos del NOA y la competencia local).
- La imagen del jarabe de fructuosa esta bien consolidada y la aplicación de este insumo para productos de bajas calorías y sin azúcar. (ya sea como moda de una vida saludable y/o diabéticos).
- Mejor nivel de precios que otros competidores no argentinos. Ejemplos: El precio en el mercado chileno oscila entre los u\$s 280 a 300 la Tn. FOB (sin IVA) por lo cual tomando en cuenta nuestro FOB de u\$s 183 Tn. Sumándole la carga tributaria (DI 1,5% D. Adicional del 14% e IVA del 18% nos da un precio CIF de u\$s 250 la Tn. Lo cual se sigue en el mercado. Por otra parte el azúcar blanco tiene un FOB u\$s 233 por Tn. (Londres) y el nro 5 a u\$s 233 FOB el azúcar nro 11 en N.Y. cotiza a FOB u\$s 183 Tn.
- El precio FOB de nuestro producto es más competitivo que el de la competencia foránea de fructuosa e incluso de azúcar argentino son muy similares, con la ventaja que nuestra producción se encuentra más cerca del punto de venta y a un flete menor (por vía terrestre promedio 22.000Kg. de carga neta) que el noroeste argentino. Además que por las propiedades químicas del jarabe de fructosa es más apropiado para su industrialización que la sacarosa (léase azúcar común). Por no fermentar, cristalizar, elimina procesos de dilución y filtración y otras características mencionadas anteriormente.

- El tributo a la importación del 14% para nuestro producto impuesto a partir del 19/11/02, hará encarecer nuestro producto frente a la producción local y a los competidores de bienes sustitutos como el azúcar. Se requiere especial cautela al analizar esta variable.

- Por último se recomienda, la realización de pequeñas operaciones ya que algunas de las ventajas analizadas son temporarias, por ejemplo el margen de utilidad, ya que las exportaciones argentinas ya han sido atacadas con medidas de salvaguardia y no se esta exento que suceda en el futuro una situación similar o se prevea una apertura económica mayor a las exportaciones de EEUU. A gran escala dada la situación de la firma no es óptima sería prudente poder analizar la cuestión en un mediano plazo, ya que se ha tomado un pasivo para este proyecto y por otro lado los fletes terrestres son apropiados para poca mercadería de un valor medio y en otra escala (vía marítima) sería un mayor esfuerzo logístico y económico consolidar en planta usando contenedor y remitiendo al puerto de Bs. As., se perdería la ventaja de respuesta de pedido.

16) Fuentes de información

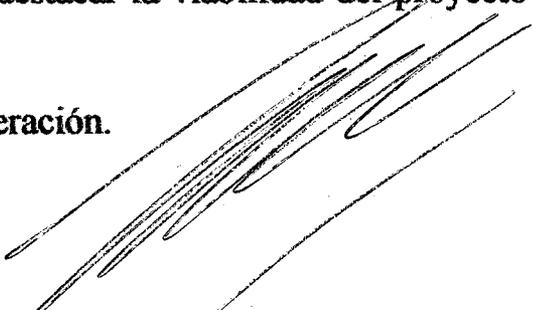
- página web de ALADI
- página web de AFIP_DGA
- página web de la Dirección de Aduanas de Chile
- página web Fundación Exportar
- Nomenclador arancelario de la Argentina
- Gerencia Comercial de la firma Productos de Maíz
- INTA ciudad de Junín
- Página web BCRA
- Bibliografía técnica del tema
- Página web del Centro Azucarero Argentino
- Asesoramiento de la utv de la Aduana de Campana y de Bs. As. (ramo 2).

Bs. As. 29/11/02

Sres. DULZON SA
Gcia. Gral.
S-----D

En base a lo encomendado por Uds. Acompaño con la presente dos copias de la tarea encomendada. Es de destacar la viabilidad del proyecto en cuestión.

Los saludo con la más alta consideración.



Fdo: Cdor. TEJERO, Lautaro