Universidad Abierta Interamericana



Facultad de Ciencias Económicas

Sede Regional Rosario – Campus Roca

Carrera: Licenciatura en Comercio Internacional

Trabajo Final de Carrera Titulo:

Plan de Internacionalización para Hierbas y Esencias

Alumna: Riggio Camila, Camiiriggio@gmail.com

Tutor de contenidos: Lanza, Paulo

Agosto 2024

Índice de contenido

Resumen 5

Introducción 6

Parte I: Diagnóstico de la empresa 7

La empresa 7

Situación actual del sector 7

Planta de personal y de producción 8

Organigrama 9

Análisis FODA 9

Situación productiva y económica de la empresa 10

Productos, ventajas competitivas y certificaciones 11

Sus productos: 11

Certificaciones: 13

Ventas 13

Gestión exterior, tratamiento arancelario y requisitos 14

Parte II: Investigación de mercados y selección 15

Producto seleccionado para la exportación 16

Principales destinos de las exportaciones argentina de aceites dicha posición arancelaria 16

Principales importadores en América Latina 19

Comercio bilateral 21

Selección de mercado a ponderar 22

Ponderación 22

1- Tamaño del mercado 23

2- Nicho de mercado 23

3- Distancia geográfica y/o cultural 24

4- Canales de distribución 24

5- Riesgo país 25

Resultados de la ponderación 26

Parte III: Estudio de mercado 26

Informe - México 26

Transporte aéreo y marítimo 27

PBI y PBI per cápita 28

Estructura económica 28

Inflación y riesgo país 29

Política comercial 29

Derechos, aranceles e impuestos 30

Requisitos de ingreso 30
Documentación requerida para exportar al mercado 31
Logística y servicios 32
Mercado: consumo aparente del producto 32
Canales de comercialización 33
Competidores 33
Potenciales importadores 34
Conclusión 35
Anexos 36
Referencias 38

Índice de tablas

Tabla 1 Organigrama....9
Tabla 2 Analisis Foda....9
Tabla 3 Situación productiva y económica de la empresa....10
Tabla 4 Aranceles aduaneros....15
Tabla 5 Principales destinos de las exportaciones Argentinas de aceites dicha posición arancelaria....17
Tabla 6 Barreras comerciales....18
Tabla 7 Principales importadores en América Latina....19
Tabla 8 Comercio bilateral....21
Tabla 9 Tabla ponderada....23
Tabla 10 Mapa interactivo - Riesgo país....25
Tabla 11 Resultados tabla ponderada....26
Tabla 12 Costos logística y servicios....32
Tabla 13 Competidores....33

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Situación actual del sector....8
Ilustración 2 Exportaciones últimos cinco años....17
Ilustración 3 Preferencias arancelarias....18
Ilustración 4 Politica comercial....29
Ilustración 5 Importaciones México....33
Ilustración 6 Anexo costos de exportación....36

Resumen

Este trabajo final de carrera se centra en el desarrollo de un plan de internacionalización para Hierbas y Esencias, una pyme familiar dedicada al procesamiento de hierbas aromáticas y la producción de aceites esenciales y vegetales. La investigación adopta un enfoque mixto, integrando datos cuantitativos y cualitativos para comprender de manera integral tanto la situación del sector como de la empresa y las oportunidades de expansión internacional.

El proceso se desarrolló en varias etapas, comenzando con un minucioso diagnóstico empresarial que incluyó un análisis de la situación económica actual de la empresa junto con otros datos generales. A continuación, se seleccionó un producto específico, en este caso, los aceites esenciales cítricos. Luego, se llevó a cabo una investigación y selección de tres mercados potenciales, los cuales fueron evaluados mediante una tabla de ponderación, identificando a México como el mercado recomendado para la primera entrada de la empresa en el mercado internacional. Finalmente, se realizó un estudio de mercado más detallado enfocado específicamente en México para analizar las oportunidades destacadas de este país.

Este proyecto establece una hoja de ruta clara y fundamentada para que Hierbas y Esencias logre expandir su alcance y aprovechar las oportunidades en el mercado mexicano, asegurando un crecimiento sostenible y exitoso en el ámbito internacional. La elección del problema de investigación está motivada por la participación en el programa Primeros Exportadores, una iniciativa respaldada por la Municipalidad de Rosario y la Universidad Abierta Interamericana.

Introducción

Este proyecto tiene como objetivo elaborar un plan de internacionalización para Hierbas y Esencias, demostrando cómo el mundo y el mercado han evolucionado, generando una mayor conciencia ambiental.

Los objetivos de esta investigación incluyen una descripción detallada de la situación actual de Hierbas y Esencias, la identificación de un producto específico para la exportación y la selección de mercados potenciales, los cuales serán analizados en detalle. La toma de decisiones informada, basada en el diagnóstico empresarial y la investigación de mercado, contribuirá a maximizar las oportunidades y evaluar los riesgos asociados con la internacionalización.

La investigación adopta un enfoque mixto, combinando datos cualitativos y cuantitativos para equilibrar los aspectos que influyen en la expansión internacional de la empresa, proporcionando una base sólida para las estrategias propuestas en el plan de exportación del producto de la empresa.

El diseño de investigación es no experimental, lo cual se justifica en las primeras etapas del plan, donde la exploración y comprensión del panorama internacional son prioritarias. Se busca identificar desafíos y oportunidades relacionados con la internacionalización de los aceites esenciales cítricos, explorando mercados objetivo y factores críticos.

Parte I: Diagnóstico de la empresa

La empresa

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

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

Diseñan y elaboran productos para el bienestar a base de la materia prima obtenida y otras provenientes de cultivos agro-ecológicos, respetando la armonía del entorno y el consumo ético y responsable. Son productos elaborados sin gluten, sin testeo animal, sin aditivos artificiales, sin derivados del petróleo y sin derivados de origen animal, garantizan su calidad y el deseo de querer hacer un bien a nuestro planeta y a todo aquel que utilice los productos.

Situación actual del sector

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

El cambio de paradigma donde los consumidores ponen el foco en la sostenibilidad presenta un nuevo escenario donde la fabricación de productos respetuosos con el medio ambiente es una prioridad. Esta tendencia no es una cuestión únicamente inherente a la elaboración de cosméticos, sino que pasa también por cuestiones como acompañar el producto con un packaging sostenible o minimizar las emisiones provocadas en los procesos logísticos.

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

Hoy en día, los consumidores se encuentran en una constante búsqueda de productos que contengan ingredientes naturales y orgánicos en lugar de productos químicos sintéticos. Ingredientes como aceites esenciales, extractos de plantas y aceites vegetales se han vuelto populares en la formulación de productos naturales.

Los usuarios de la marca son personas que buscan cosmética natural y que les interesa la alimentación, vida saludable y las terapias holísticas. Es importante aclarar,

que los clientes de hoy en día, además de buscar productos naturales y que sean beneficiosos para su piel y el ecosistema, también buscan productos que tengan una buena relación calidad-precio.

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

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

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



Ilustración 1 Situación actual del sector

Fuente: Mordor Intelligence

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

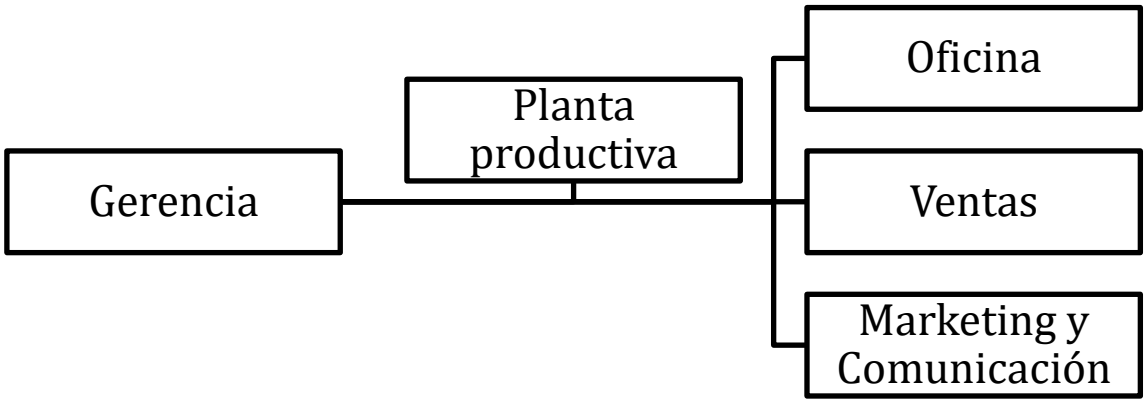
Planta de personal y de producción

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

quien es la CEO de la marca, una encargada de marketing y comunicación, y un encargado del sector de ventas.

Organigrama

Tabla 1 Organigrama



Análisis FODA

Tabla 2 Analisis Foda

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

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

Situación productiva y económica de la empresa

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

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

Tabla 3 Situación productiva y económica de la empresa

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

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

Las unidades presentadas para los aceites esenciales son en frascos de 10cc y los aceites vegetales son presentados en goteros de 30cc.

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

Productos, ventajas competitivas y certificaciones

Hierbas y Esencias ofrece más de 50 productos, destacándose principalmente por sus aceites esenciales y vegetales. Sus productos son naturales, los cuales colaboran en el cuidado de la salud de forma natural y sustentable. La filosofía de Hierbas y Esencias se basa en productos naturales, frescos y artesanales, sin ingredientes animales ni testeados en ellos, honestos con sus consumidores y con la naturaleza.

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

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

Sus productos:

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

Aceites esenciales:

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

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



Aceites vegetales:

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

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



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

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

Almohadilla relax large:
Ideal para aplicar en cuello, hombros, espalda y piernas.



Almohadilla relax médium:
Especial para aplicar en cuello, pecho, axilas, abdomen, articulaciones y pies diariamente o como complemento del masaje.



Almohadilla relax small:
Resulta ideal para colocar sobre la frente, refrescar.



Antifaz:
Especial para aliviar tensiones oculares (ojos cansados o hinchados).



<u>Certificaciones:</u>

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

Ventas

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

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

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

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

- Centro Dietetico del Sur - Av San Martín 3826
- Ganesha Dietética - Bv Avellaneda 2486
- Los Nogales Diet - Castellanos 1207
- Farmacia Salta - Urquiza 3299

Gestión exterior, tratamiento arancelario y requisitos

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

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

Tratamiento arancelario:

- *Aceites esenciales cítricos 3301.10.00*

Detalle de la posición:

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

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

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

3301.1 aceites esenciales de agrios (cítricos).

3301.19 los demás.

3301.19.90 los demás.

3301.19.90.90Y los demás.

Derechos de exportación y reintegros:

- Derecho de exportación: 0%
- Arancel Externo Común: 14%

- Reintegro Extrazona: 1%
- Reintegro Intrazona: 1%

Aranceles aduaneros:

Tabla 4 Aranceles aduaneros

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

Fuente: MacMap

Requisitos de exportación - intervenciones Comex:
Los requerimientos a realizar antes de exportar son los siguientes:

- Registro de exportador
- Certificado MiPyme, lo cual permite efectuar exportaciones de hasta U$S 500.000 con un DE de 0.00% y por los siguientes U$S 500.000 con el 50% de DE.
- Solicitud de licencia marca país, herramienta que tiene por objetivo impulsar las exportaciones.

Al momento de exportar, se requerirá:

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

Parte II: Investigación de mercados y selección

La exportación de aceites esenciales es un sector en constante crecimiento y evolución en la industria global. En este contexto, hemos realizado una exhaustiva investigación de mercado que se basa en la recopilación y análisis de información

detallada proporcionada por diversas organizaciones ampliamente reconocidas a nivel mundial. Las perspectivas y datos que presentaremos en este informe tienen la intención de brindar una visión completa y precisa de las oportunidades que se presentan en el mercado de aceites esenciales a nivel internacional.

A lo largo de este informe, exploramos factores como la demanda del mercado, los patrones de consumo, las tendencias de crecimiento, la competencia, las regulaciones, y otros aspectos que influyen en la exportación del producto seleccionado. Se desarrollarán las características, beneficios y desventajas de los países preseleccionados, frente a los productos exportables que fueron detallados en la fase número uno.

Nuestra investigación busca proporcionar a los interesados una base sólida y fundamentada para la toma de decisiones estratégicas en este sector tan prometedor y dinámico.

Producto seleccionado para la exportación

Aceites esenciales cítricos: Posición SIM-MARIA 3301.19.90.90Y

Detalle de la posición:

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

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

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

3301.1 aceites esenciales de agrios (cítricos).

3301.19 los demás.

3301.19.90 los demás.

3301.19.90.90Y los demás.

ACLARACIÓN: Todos los cuadros presentados en este informe utilizaran valores en miles de dólares.

Principales destinos de las exportaciones argentina de aceites dicha posición arancelaria

Como podemos ver en el siguiente cuadro, en las exportaciones argentinas de aceites esenciales cítricos, el 100% de ellas son realizadas a países que no limitan con Argentina.

Tabla 5 Principales destinos de las exportaciones Argentinas de aceites dicha posición arancelaria

Exportaciones hacia	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	%
Irlanda	86530	97233	153265	73245	86735	58%
USA	115115	86012	23476	60017	58843	39%
México	0	186	0	222	5746	1%
Francia	3910	3576	2349	2639	870	2%

Fuente: Trade Map

Al ver el cuadro vemos que el destino más usual de las exportaciones de aceites esenciales cítricos, dentro de los últimos cuatro años, es Irlanda, con un valor de USD 86735 para el año pasado, mientras que Estados Unidos le sigue con un valor de USD 58843.

Podemos apreciar esta evaluación en un gráfico que muestra los cinco años:

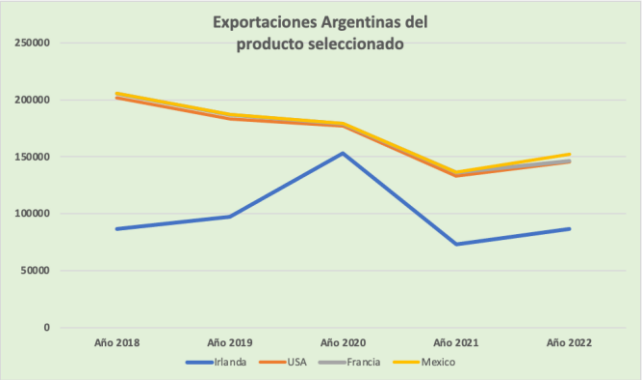


Ilustración 2 Exportaciones últimos cinco años

Gracias al gráfico vemos los altibajos que sufrieron las exportaciones a estos países. Por ejemplo en el caso de Irlanda las exportaciones en el año 2020 subieron en gran medida, siendo estas de USD 153265, y al año siguiente decayeron a USD 73245.

Los países que se presentan a continuación son con los cuales Argentina mantiene una preferencia porcentual del 100%, exceptuando México con un 78% y Egipto con un 30%.



Ilustración 3 Preferencias arancelarias

Fuente: Ventanilla Unica de Comercio Exterior (Ci Vuce)

En el siguiente cuadro, podremos ver las barreras comerciales que presenta la posición arancelaria seleccionada respecto a determinados países.

Tabla 6 Barreras comerciales

País	Tipo de barrera	Nombre de la barrera	Tipo de vigencia
Brasil	Subsidios a las exportaciones	Financiación pública para la producción de bienes de exportación	Temporal
China	Subsidios a las exportaciones	Desgravaciones de IVA para exportadores: incremento en las desgravaciones del IVA para ciertas exportaciones	Temporal
Colombia	Procedimientos aduaneros y prácticas administrativas	Autorizaciones sanitarias de importaciones de muestras sin valor comercial	Temporal
Grecia	Normas de origen	Protección de las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen de productos agrícolas y alimentos	Temporal
Japón	Obstáculos técnicos al comercio	Ley de Asuntos Farmacéuticos	Temporal
Malasia	Procedimientos aduaneros y prácticas administrativas	Establecimiento de licencias de importación	Temporal

Uganda	Obstáculos técnicos al comercio	Verificación de Conformidad pre-exportación	Temporal
Uruguay	-Procedimientos aduaneros y prácticas administrativas -Medidas arancelarias	-Licencia de importación para productos químicos (inocuidad, identidad, calidad, seguridad y otros) -Reducción de preferencias arancelarias para productos argentinos	-Temporal -Temporal
Túnez	Obstáculos técnicos al comercio	Presentación de un Documento de Declaración Aduanera	Temporal
Corea del Sur	Medidas de control de la calidad	Contingentes arancelarios - productos agropecuarios	Temporal

Fuente: Ventanilla Única de Comercio Exterior (Ci Vuce)

Principales importadores en América Latina

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

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

En el caso de Brasil, el período arrancó con un buen valor de importaciones y en el año 2019 tuvo una caída del 29%, los años posteriores fue elevando el val

or y obtuvo en el año 2022 un valor de USD 6.445, siendo este superior al del año 2018.

Tabla 7 Principales importadores en América Latina

IMPORTADORES	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	%
Mundo	26300	26787	30442	34252	28369	
México	10795	12992	17653	17024	14556	50%
Brasil	6259	4658	5801	5935	6445	20%

Argentina	5051	3649	3854	4314	4543	15%
Colombia	782	726	694	912	873	3%
Chile	461	811	367	940	735	2%
Panamá	2498	3530	1609	4592	680	9%
Guatemala	138	132	171	185	246	1%
Perú	201	191	173	209	224	1%
Uruguay	25	24	14	23	41	0%
Venezuela	45	41	70	86	18	0%
El Salvador	21	13	9	31	6	0%
Honduras	24	20	27	1	2	0%

Fuente: Trade Map

En comparación con la tabla de las exportaciones argentinas de los aceites esenciales, el único destino que se repite es México, siendo este el principal importador en América Latina.

Del mismo modo, analizaremos en profundidad no sólo México sino también Brasil y Panamá, indagando en el caso de Panamá ya que la empresa recibe demanda de este país.

Como pudimos ver en el cuadro anterior, el mercado que más importa el producto es *México*, el cual acapara el 50% de estas. En sus últimos tres años acumuló USD 49233 con sus importaciones de aceites esenciales. En principio, podemos presenciar que es un buen destino, sin embargo, no es un mercado explorado por exportadores argentinos de este producto determinado.

De igual forma, se mantiene en alza como pudimos observar en sus últimos tres años, representa una excelente oportunidad para explorar a fondo y buscar posibles clientes.

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

Hemos identificado a *Panamá* como un mercado de interés. Aunque el país no representa una proporción significativa de las importaciones de nuestro producto seleccionado, hemos incluido a Panamá en nuestra investigación de mercado debido a la existencia de demanda por parte de la empresa. Panamá actualmente cuenta con un 9%

de las importaciones de nuestro producto, lo cual, al compararlo con las cifras de México y Brasil, podría parecer moderado a primera vista.

No obstante, consideramos que es valioso profundizar en un análisis más detallado de este mercado, ya que podría ofrecer oportunidades interesantes.

Comercio bilateral

En lo que respecta a Panamá, se destaca una desventaja evidente en comparación con los otros dos mercados. En los últimos cinco años, las relaciones comerciales entre Panamá y Argentina han sido prácticamente inexistentes, en contraste con las importaciones mexicanas a nuestro país, que representan un 2%, y las importaciones brasileñas, que constituyen el 3% del total a nivel mundial.

Tabla 8 Comercio bilateral

Código del producto	**Descripción del producto**	**Importaciones de México desde Argentina**					**Importaciones de México desde el mundo**				
		018	**019**	**020**	**021**	**022**	**018**	**019**	**020**	**021**	**2022**
3301.19.90.90	Aceites esenciales de agrios	42	66	11	86	2	0795	2902	7653	7024	4556

Código del producto	**Descripción del producto**	**Importaciones de Brasil desde Argentina**					**Importaciones de Brasil desde el mundo**				
		018	**019**	**020**	**021**	**022**	**018**	**019**	**020**	**021**	**2022**
3301.19.90.90	Aceites esenciales de agrios	64	41	07	97	69	259	658	801	935	6445

Código del producto	**Descripción del producto**	**Importaciones de Panamá desde Argentina**					**Importaciones de Panamá desde el mundo**				
		018	**019**	**020**	**021**	**022**	**018**	**019**	**020**	**021**	**2022**
3301.19.90.90	Aceites esenciales de agrios						498	530	609	592	680

En los últimos cinco años, no se sostuvo una relación entre Panamá y Argentina sobre el producto seleccionado, aceites esenciales de cítricos, sin embargo, se registró en

el corriente año que Panamá realizó importaciones desde Argentina por un total de USD 16092. Por lo tanto, podemos apreciar que el mercado panameño puede llegar a seguir evolucionando con el paso de los años y que sería una buena oportunidad para la empresa relacionarse ya que hay pocos competidores interesados en dicho mercado.

Selección de mercado a ponderar

A continuación, se presentará una tabla ponderada que evaluará la potencialidad de los mercados seleccionados. En esta tabla, se han definido varios indicadores clave que desempeñan un papel crucial en la determinación de la idoneidad de los países.

Los indicadores incluyen el tamaño del mercado, la tasa de crecimiento del mercado, acuerdos bilaterales, la cantidad de empresas competidoras, regulaciones legales, riesgo país, barreras de entrada, así como los canales de distribución. Mediante este enfoque ponderado, obtendremos una visión integral que nos permitirá tomar decisiones informadas en nuestro proceso de selección de mercados.

Los países elegidos para realizar la ponderación serán los investigados últimamente, es decir, México, Brasil y Panamá, dando hincapié en el último, por la continua demanda de empresas del país para con Hierbas y Esencias, como ya hemos mencionado anteriormente. Por otra parte, la selección de México y Brasil se debe, principalmente, a que son los mayores importadores del producto seleccionado, además de que Brasil es un país vecino que comprende, junto con Argentina, el Mercosur, lo cual sería de muy buena ayuda ya que tendría muchos beneficios a la hora de exportar.

Ponderación

En esta tabla mostraremos indicadores de los tres países analizados, y realizaremos una ponderación total basada en comparaciones entre los países:

Tabla 9 Tabla ponderada

Indicador	Valoración			Ponderación
	México	Brasil	Panamá	
1- Tamaño del mercado				10
2 - Nicho de mercado - (importaciones en los últimos 3 años)				20
3- Distancia geográfica y/o cultural				30
4- Canales de distribución				30
5- Riesgo país				10
Total				100

1- Tamaño del mercado

Esta estadística refleja la cantidad de habitantes totales de cada país al año 2022, lo que resulta en un factor crucial para la ponderación de su tamaño de mercado. Brasil se destaca como el país con la población más numerosa de los tres, con una cifra considerable que supera a México y Panamá. Este hecho justifica la asignación de un valor más alto en la ponderación, ya que un mercado más grande generalmente indica un mayor potencial para la expansión de negocios y el alcance de productos y servicios.

País	Población (año 2022)	Ponderación
México	127.504.125	3
Brasil	215.313.498	6
Panamá	4.408.581	1

Fuente: Banco Mundial

2- Nicho de mercado

Se analizarán las importaciones de la posición arancelaria seleccionada en los tres últimos años. Estos datos se obtendrán de Trademap, los cuales ya fueron explicados anteriormente.

País	Importaciones USD (2020, 2021, 2022)	Ponderación
México	49233	14

Brasil	18181	5
Panamá	6881	1

Fuente: Trade Map

3- Distancia geográfica y/o cultural

La tabla de ponderación que se presenta a continuación busca comparar la distancia geográfica y cultural entre estos países, considerando diversos factores como la ubicación geográfica, diferencias lingüísticas, aspectos culturales y sociales, y otras variables relevantes.

Los países seleccionados presentan similitudes culturales con Argentina. Las distancias geográficas desde Rosario a sus respectivas capitales son;

- Rosario (Argentina) - Ciudad de México (México): 7109 km
- Rosario (Argentina) - Brasilia (Brasil): 2.776,9 km
- Rosario (Argentina) - Panamá (Panamá): 5078 km

País	Kilómetros	Ponderación
México	7109	15
Brasil	2776,9	5
Panamá	5078	10

4- Canales de distribución

Para determinar los canales de distribución, nos fundamentamos en los datos compilados a la hora de estudiar las importaciones de cada mercado.

México se posiciona como uno de los principales importadores en la región y es uno de los cuatro principales destinos a los cuales Argentina exporta su producto. Esto coloca a México en una posición destacada en esta tabla de ponderación, ya que su infraestructura de distribución y su volumen de importación reflejan su importancia como mercado receptor.

Brasil, a su vez, figura como el segundo mayor importador en América Latina, mostrando una presencia significativa en el flujo de este producto. Aunque no es el principal receptor, su relevancia como mercado de importación es notable, y su posición en esta tabla se basa en esta consideración.

Por último, Panamá se encuentra también incluido en esta tabla debido a que la empresa cuenta con diversas oportunidades y demanda de parte de sus clientes, aunque, hay que destacar la menor medida en comparación con México y Brasil.

País	Ponderación
México	19
Brasil	9
Panamá	2

5- Riesgo país

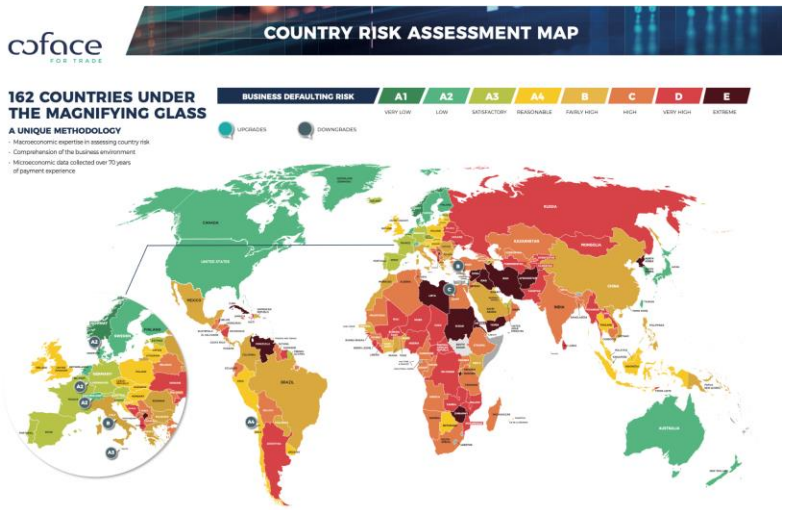
Para analizar el riesgo país de las naciones seleccionadas, se procederá a trabajar con el informe y mapa interactivo realizado por Coface. La evaluación riesgo país de Coface cuenta con una escala de ocho niveles, en orden ascendente de riesgo: A1 (riesgo muy bajo), A2 (riesgo bajo), A3 (riesgo bastante aceptable), A4 (riesgo aceptable), B (riesgo significativo), C (riesgo alto), D (riesgo muy alto) y por último E (riesgo extremo).

Como podemos ver en la tabla, los tres países se posicionan en el nivel A4, por lo tanto, el riesgo de estos es aceptable. Teniendo en cuenta esto, los tres tienen la misma ponderación.

País	Ponderación
México	3,33
Brasil	3,33
Panamá	3,33

Mapa interactivo:

Tabla 10 Mapa interactivo - Riesgo país



Fuente: Coface

Resultados de la ponderación

Los países se ubican en la tabla final de manera descendente según sus valores: México lidera con 55 puntos, seguido por Brasil con 28 puntos y, en último lugar, Panamá con 17 puntos.

Por consiguiente, se destaca que el mercado mexicano emerge como el destino más atractivo entre los tres países considerados.

Indicador	Valoración			Ponderación
	México	Brasil	Panamá	
1- Tamaño del mercado	3	6	1	10
2 - Nicho de mercado - (importaciones en los últimos 3 años)	14	5	1	20
3- Distancia geográfica y/o cultural	15	5	10	30
4- Canales de distribución	19	9	2	30
5- Riesgo país	3,33	3,33	3,33	10
Total	55	28	17	100

Tabla 11 Resultados tabla ponderada

Parte III: Estudio de mercado

Informe - México

Datos generales

México es un país situado en la parte meridional de América del Norte, y colinda al norte con Estados Unidos, al sureste con Belice y Guatemala, al oriente con el Golfo de México y el Mar Caribe, y al poniente con el Océano Pacífico.



Es el décimo cuarto país más extenso del mundo, con una superficie cercana a los 2 millones de kilómetros cuadrados. Es el undécimo país más poblado del mundo, con una población de aproximadamente 118 millones de habitantes. La lengua materna es el español, que convive junto con 67 lenguas indígenas.

México es una república representativa y democrática, conformada por estados libres, unidos por un pacto federal. La república está integrada por 31 estados libres y soberanos, y el Distrito Federal, que es conocido como Ciudad de México. El gobierno federal y los gobiernos estatales cuentan con sus Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

El peso mexicano es la moneda oficial de México y es la octava moneda más negociada en el mundo, la más negociada de América Latina y la tercera más negociada en toda América.

Su conversión (al 19/07/24):
1 MXN= 0,055 USD
1 USD = 18,06 MXN
1 MXN = 51,22 ARS
1 ARS = 0,020 MXN

Fuente: Xe Currency Converter

Transporte aéreo y marítimo

En términos generales del transporte, México cuenta con una ventaja muy grande en lo que respecta a su localización geográfica, la cual la podemos describir como estratégica ya que, además de poseer aeropuertos, vías ferroviarias y suficientes kilómetros de carreteras, también dispone de salidas al mar Pacifico y Atlántico.

Principales aeropuertos:

De acuerdo con la Dirección General de Aeronáutica Civil de México, el mismo cuenta con 78 aeropuertos registrados, donde encontramos como el más importante al Aeropuerto Internacional Benito Juárez de la Ciudad de México, el cual está ubicado en la zona oriente de la capital mexicana y es considerado el aeropuerto más grande. Recibe más de 40 millones de pasajeros al año. Cuenta con dos terminales para vuelos nacionales e internacionales, las cuales están conectadas por el Aerotren.

Otro aeropuerto importante es el Aeropuerto Internacional de Guadalajara “Don Miguel Hidalgo y Costilla”, localizado al sur de la ciudad y cuenta con dos terminales para brindar servicios a distintas ciudades de México; Estados Unidos y Centroamérica. Su terminal de carga puede resguardar más de 300 mil toneladas de mercancía al año.

En México encontramos aeropuertos grandes debido a su ubicación geográfica, por lo tanto estos están en zonas fronterizas; turísticas o cercanas a ciudades con alta actividad industrial. Además, un dato importante es que México, con el paso de los años, ha tenido un crecimiento promedio anual de casi 10%. Por este motivo, en el año 2022, se han abierto más de 960 rutas nacionales e internacionales.

Principales puertos:

México realiza más del 90% de su comercio internacional a través del transporte marítimo. Los puertos mexicanos siempre fueron un pilar fundamental para el desarrollo de las industrias, por lo cual no dejan de crecer y modernizarse. Ya que la ubicación geográfica del país ha permitido que el mismo no se estanque en términos de comercio marítimo, es por esto que existen rutas de navegación eficientes desde la república mexicana hacia todos los continentes.

Encontramos como principal puerto al de Manzanillo, Veracruz, Lazaro, Cardenas y Altamira.

PBI y PBI per cápita

El PIB de México para 2022, según datos del Banco Mundial (a valores corrientes en USD) ha sido de 1.414.187, teniendo un crecimiento interanual del 3,1%.



Fuente: Banco Mundial

Con respecto al PIB per cápita, de acuerdo al Banco Mundial, para el año 2022 fue de USD 21.512, con un incremento interanual del 2,4%.

Estructura económica

México se encuentra entre las quince economías más grandes del mundo y es la segunda de América Latina. El país cuenta con instituciones macroeconómicas sólidas, estando abierto al comercio y tiene una base manufacturera diversificada conectada a cadenas de valor globales.

Durante las últimas tres décadas, México tuvo un desempeño por debajo de lo esperado en términos de crecimiento, inclusión y reducción de la pobreza en comparación con países similares. Con respecto a la economía, tuvo un crecimiento estimado en poco más del 2% anual entre 1980 y 2022, lo que implica el progreso en la convergencia en relación con las economías de altos ingresos.

La economía mexicana creció 3,1% en 2022, tras un repunte de 4,7% en 2021 después de una caída del 8% en 2020 debido a la pandemia de COVID-19. México logró recuperar los niveles de empleo y de PIB previos a la pandemia.

Se espera que el crecimiento económico del corriente año sea del 3,2%, impulsado por la solidez del consumo del sector privado y la inversión, así como por un notable vigor de los sectores de servicios, la construcción y la producción de automóviles. Esto se ha traducido en unas tasas de desempleo históricamente bajas y unas tasas de utilización de la capacidad productiva altas. Las autoridades han mantenido la deuda pública bajo control, mientras que la política monetaria se centra acertadamente en reducir la inflación.

Para el año siguiente, se prevé que el crecimiento económico se modere a 2,1%, aunque se flexibilizará la política fiscal, lo cual aumentará su carácter procíclico. Su efecto sobre su crecimiento se verá limitado por restricciones de capacidades de producción, la continuidad de una política monetaria restrictiva y la ralentización del crecimiento en Estados Unidos.

La reestructuración de las cadenas de suministro mundiales que está en curso brinda una gran oportunidad para México, en particular la proximidad de este con Estados Unidos y sus profundos vínculos comerciales con este país lo convierten en un destino clave para la localización de procesos productivos cercana al mercado estadounidense.

Inflación y riesgo país

México finalizó el año 2022 con una inflación acumulada de 7,9%, según datos del Banco Mundial, y la proyección estimada para diciembre de 2023 es de 4,26%.

Con respecto al déficit público, en el 2022, alcanzó el 4,43% del PIB, un porcentaje que posiciona a México en el puesto 109 de 192 países (ordenado de menor a mayor). El país ha empeorado su situación en el ranking respecto a 2021, cuando ocupaba el puesto 87 con un déficit del 3,88% del PIB.

Para fin de este año, se estima que México obtenga un 3,9% del PBI, lo que supone un aumento del 0,5% del PBI en el saldo primario estructural. A pesar del aumento del déficit f3iscal, se espera que la deuda bruta del sector público disminuya a 52,7% del PBI a finales de 2023 y que se mantenga estable, con una probabilidad alta, a mediano plazo.

Política comercial

En el gráfico que se presenta a continuación, podemos encontrar los productos exportados por México en el 2021. El mayor porcentaje de exportación se lo llevan los autos y partes de estos, con más de un 21%. Por otro lado, se encuentran con el segundo

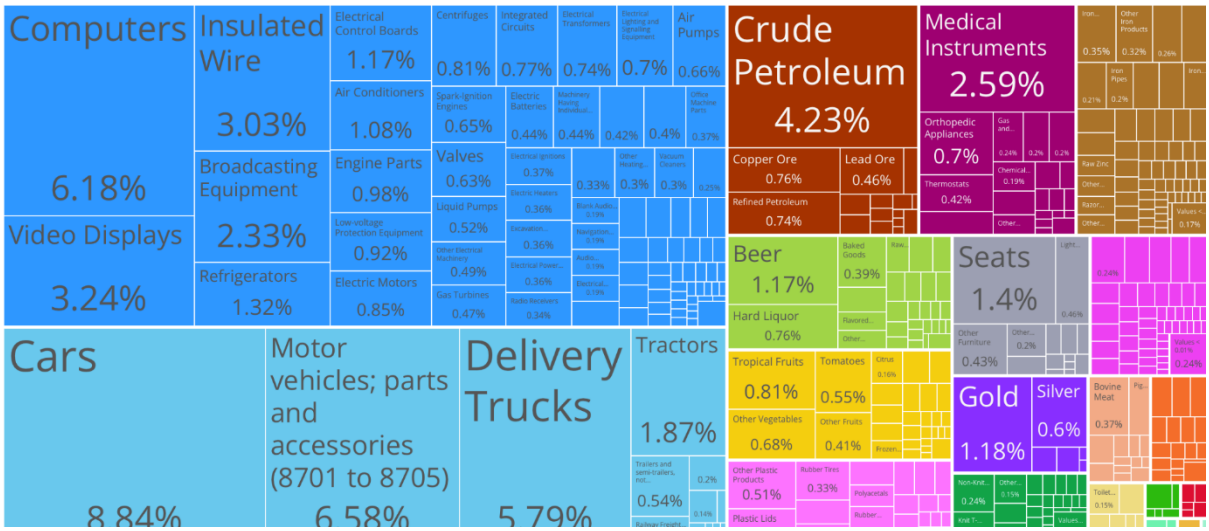


Ilustración 4 Politica comercial

mayor porcentaje las máquinas electrónicas, como computadoras, pantallas de video, equipos de radiodifusión, entre otros, ocupando más de un 15% de sus exportaciones.

Fuente: Oec World

Derechos, aranceles e impuestos

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

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

Socio	Descripción del producto	Régimen arancelario	Tarifa aplicada
Argentina	Aceites esenciales (sin terpenos o no), incluidos los hormigones y los absolutos; resinoides; oleorresinas extraídas; concentrados de aceites esenciales en grasas, en aceites fijos, en ceras o similares, obtenidos por enfleurage o maceración; subproductos terpenos de la deterpenación de aceites esenciales; destilados acuosos y soluciones acuosas de aceites esenciales: Aceites esenciales de cítricos: Otros	Deberes de NMF (aplicados)	0%

Fuente: MacMap

Requisitos de ingreso

<u>Requisitos de etiquetado:</u>

Medidas que regulan el tipo, el color y el tamaño de la impresión en los paquetes y etiquetas y definen la información que debe proporcionarse al consumidor. Puede incluir requisitos sobre el idioma oficial que se va a utilizar, así como información técnica sobre el producto, como voltaje, componentes, instrucciones de uso, seguridad y consejos de protección.

Documentación requerida para exportar al mercado

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

La factura deberá contener:

- Nombre completo y la dirección del fabricante
- Carta de crédito
- Marca comercial de productos
- Precio unitario y el precio total por artículo, el precio total general de los bienes
- Lista de precios (para ser incluido como documento separado)
- Todos los gastos y descuentos detallados
- Los primeros seis dígitos del sistema arancelario armonizado (HS Code) número de clasificación de número / anexo b
- Marcas completas y números
- Peso neto y peso bruto (todo en unidades del sistema métrico)
- Puerto de embarque y de entrega
- El modo de transporte (en el caso de ser maritimo, nombre del buque)
- INCOTERMS
- País de origen

Iniciativas Bilaterales de Argentina - México

- AAP.CE Nº 6 - Decimotercer Protocolo Adicional
- ACUERDO por el que se dan a conocer las preferencias arancelarias del Decimoquinto Protocolo Adicional al Acuerdo de Complementación Económica No. 6 celebrado entre los Estados Unidos Mexicanos y la República Argentina

Acuerdos comerciales de México con el Mercosur

- Acuerdo de Complementación Económica N° 54
- Acuerdo de Complementación Económica N°55

Fuente: Gobierno de México

Logística y servicios

En cuanto a la logística, la distancia entre Rosario, Santa Fe, Argentina y Ciudad de México, México, es de 7.109 Km. Por esta razón, y por el tipo de producto que estamos tratando, encontramos más viable utilizar el transporte aéreo.

Gracias a los datos proporcionados por la empresa, incluyendo las dimensiones, peso y cantidad de la mercancía, así como las especificaciones del embalaje (pallet), hemos logrado estimar de manera aproximada los costos finales del transporte aéreo.

Tabla 12 Costos logística y servicios

Packs de 25 unidades

360 cajas (1,15kg c/u) de 15x15x12 x pallet con 9000 unidades

0.15 x 0.15 x 0.12 (medidas de caja) = 0.0027 (m3 que ocupan las cajas)

0.0027 x 360= **0.972 m3 totales por pallet.**

360x1,15kg = 414kg/6000 = **0.69m3**

GASTOS DE AGENCIA	
Consolidacion	USD 35 Tn/CBM – min usd 60
Doc. Fee	USD 145
Gate	USD 45
VGM	USD 35

Flete ROS – BUE	USD 25 Tn/CBM

Flete BUE – Veracruz	USD 80 Tn/CBM

$390 dólares totales a Veracruz

Mercado: consumo aparente del producto

En el último año transcurrido, el intercambio comercial total de aceites esenciales y demás artículos de tocador, fue de USD 6.909 millones.

Las ciudades con más compras internacionales registradas fueron Ciudad de Mexico, Estado de México, Morelos, Nuevo León y Guanajuato, como se puede apreciar en la siguiente foto:

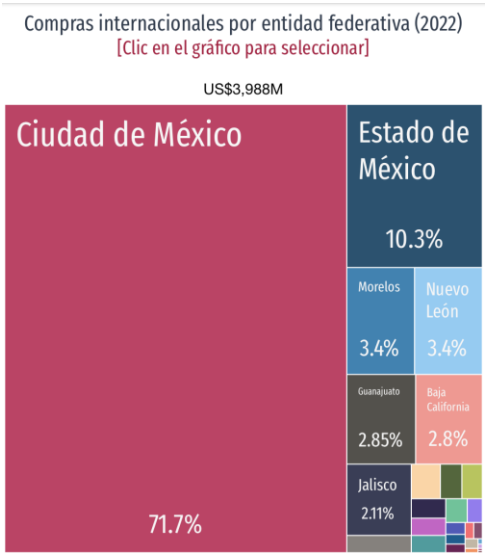


Ilustración 5 Importaciones México

Fuente: Gobierno de México

Con respecto al consumo del producto, la industria de los aceites esenciales ha experimentado un renacimiento en los últimos años, no solo en la aromaterapia y el bienestar personal, sino también en aplicaciones más técnicas y especializadas en la industria alimentaria.

La demanda de los consumidores por productos más naturales y sin aditivos químicos crece continuamente, y los aceites esenciales se posicionan como una solución atractiva para los formuladores de alimentos.

Hoy en día, existen muchas marcas mexicanas, o importadas, que fabrican aceites esenciales y se pueden encontrar en sus páginas web o bien en sus lugares físicos. También, actualmente, es muy común que farmacias o dietéticas ofrezcan este tipo de producto natural.

Canales de comercialización

Un canal de distribución es el proceso que determina el camino y los pasos que sigue un producto desde su etapa inicial de fabricación hasta que llega al consumidor final. Podemos encontrar dos grandes intermediarios en el proceso: los mayoristas y los minoristas.

Los canales mayoristas son aquellos negocios con gran capacidad de almacenamiento que se dedican a comprar un producto para venderlo. Lo pueden vender a minoristas o a los consumidores finales. Por otro lado, los minoristas son pequeñas empresas que compran a mayoristas para venderlo al consumidor final. Dentro de este último, encontramos farmacias, dietéticas y demás puntos de venta donde encontramos productos de cosmética y tocador.

Competidores

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

Tabla 13 Competidores

Exportadores	2018	2019	2020	2021	2022
Estados Unidos	6798	6647	7981	8795	7144
Brasil	823	895	4864	5728	5452
Italia	961	1751	1572	1244	1085
Alemania	101	156	110	190	305
España	286	227	140	236	256

Fuente: Trade Map

Unidad: miles de dólares

Potenciales importadores

Arovic
Ciudad: San Luis Potosí
Sitio web: http://www.arovic.com.mx/
Teléfono: 5204448240035

Ensayes y representaciones SA de CV
Ciudad: Torreon
Teléfono: 5208717139350

M Foods Ingredients
Ciudad: Tlajomulco de Zuñiga
Teléfono: 523323827509
Ejecutivo: Sra Mary Cruz Hernandez Salazar

Plaskolite S de RL de CV
Ciudad: Guadalupe
Teléfono: 5208183617751

Fuente: Trade Map

Conclusión

En el proceso de investigación para la posible internacionalización de Hierbas y Esencias, se realizó un minucioso análisis de tres mercados potenciales para la exportación de aceites esenciales, a saber: México, Brasil y Panamá, se ha llevado a cabo una ponderación detallada que ha revelado información valiosa.

La tabla de ponderación efectuada como parte de este estudio arrojó resultados significativos. Se determina que México se posiciona como el mercado más favorable para la exportación de los aceites esenciales, obteniendo la puntuación más alta en comparación con Brasil y Panamá.

Por lo tanto, se recomienda enfocar los esfuerzos y recursos en la estrategia de exportación hacia el mercado mexicano. Esta elección se respalda no solo por la puntuación más alta en la tabla de ponderación, sino también por su potencial económico, su demanda sostenida y las oportunidades que ofrece para la internacionalización de los aceites esenciales. Este análisis nos proporciona una guía clara para la toma de decisiones en cuanto a la exportación de aceites esenciales, destacando la viabilidad y el potencial de crecimiento en el mercado mexicano como la opción más prometedora para la expansión de la empresa en el ámbito internacional.

Teniendo en cuenta el diagnóstico de la empresa, se ha identificado que Hierbas y Esencias presentan un presente sólido y un futuro prometedor en el ámbito de la exportación. La empresa cuenta con una demanda constante de sus productos en el mercado extranjero, principalmente los aceites esenciales cítricos los cuales están listos para ser exportados.

Anexos

Costos de exportación:

La información proporcionada por la empresa nos permitió establecer un precio de exportación FCA Rosario para un pallet de mercancía que contiene 360 cajas, sumando un total de 9000 unidades de varios tipos de aceites esenciales cítricos en envases de 10cc.

Ilustración 6 Anexo costos de exportación

PRODUCTO	Costo Total	UN/CAJA	COSTO/CAJA	FECHA
AE Bergamota	$ 7.099,55	25	$ 177.488,75	12/8/2024
AE Lima	$ 3.753,46	25	$ 93.836,50	12/8/2024
AE Limon	$ 3.928,18	25	$ 98.204,50	12/8/2024
AE Mandarina	$ 3.269,23	25	$ 81.730,75	12/8/2024
AE Naranja	$ 3.199,08	25	$ 79.977,00	12/8/2024
			$ 106.247,50	

Gastos a FCA Rosario de la operación	
Fecha actualización:	23/11/2023
Tipo de Cambio (Divisas):	980,00
Retención:	0%
Reintegro:	1%
Pallets:	1,00
Categoría productos:	1,00

CONCEPTO DEL GASTO	PESOS	DOLARES	% FOB	OBSERVACION		
Pallets Fumigados					por pallet	averiguar pallet aereo
Consolidación		60,00			por pallet	
Doc. Fee	-	145,00			por operación	
Gate		45,00				
VGM		35,00				
Flete Rosario - Buenos Aires		24,30				
Flete Buenos aires - Veracruz		77,76				
Certificado de Origen	4.500,00			4.500,00	por operación	
Gastos bancarios		110,00		110,00	por operación	
Consularización Cert.Origen		-		-	por operación	
SENASA Local por expediente		-		-	por expediente	
Digitalización SETI		40,00		40,00	por operación	
Movilidad y viáticos		50,00		50,00	por operación	
Honorarios Despachante			1,00%	1%	por operación	
Comisión por venta			0,00%	0%	por operación	
Derecho Exportación			0,00%			
Reintegro			1,00%	1%		
TOTALES	**4.500,00**	**587,06**	**2,00%**			

Gastos a FCA Rosario de la operación	
Fecha actualización:	23/11/2023
Tipo de Cambio:	980,00
Retención:	0%
Reintegro:	1%
Pallets:	1
Categoría productos:	1

Utilidad	VER COLUMNA G
Gastos totales en USD	591,65
Gastos totales en % sobre FOB	2,0%
Valor FCA del Embarque	**128.154,75**
Incidencia puesta a FCA	3%

EXW APROX.
125.000,00

valor fca/fob = valor de la merc + gastos usd / 1 - gastos %

PRODUCTO	EXW CAJA $	EXW USD CAJA	FCA USD CAJA	FCA USD UNIDAD	RENTABILIDAD
AE Bergamota	**$ 177.488,75**	$ 181,11	185,68	7,43	0%
AE Lima	**$ 93.836,50**	$ 95,75	98,17	3,93	0%
AE Limon	**$ 98.204,50**	$ 100,21	102,74	4,11	0%
AE Mandarina	**$ 81.730,75**	$ 83,40	85,50	3,42	0%
AE Naranja	**$ 79.977,00**	$ 81,61	83,67	3,35	0%
			111,15		

Referencias

(06 de 09 de 2023). Obtenido de Acuerdos firmados en México: https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico

Coface for Trade. (15 de 10 de 2023). Obtenido de Coface for Trade: https://www.coface.com.ar/

Datos de MacMap. (s.f.). Obtenido de https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=591&partner=032&product=33011900&level=8

Datos de productos y cuidados personal de Mordor Intelligence. (s.f.). Obtenido de https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/argentina-cosmetics-products-market-industry

Datos de ventanilla única de Comercio Exterior. (s.f.). Obtenido de https://ci.vuce.gob.ar/posicion/preferencias?posicion=3301.19.90.900Y&operacion=exportacion

Datos del banco mundial. (s.f.). Obtenido de https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?locations=CL

Trademap. (10 de 2023). Obtenido de Mercados importadores: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c032%7c%7c%7c%7c330119%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1